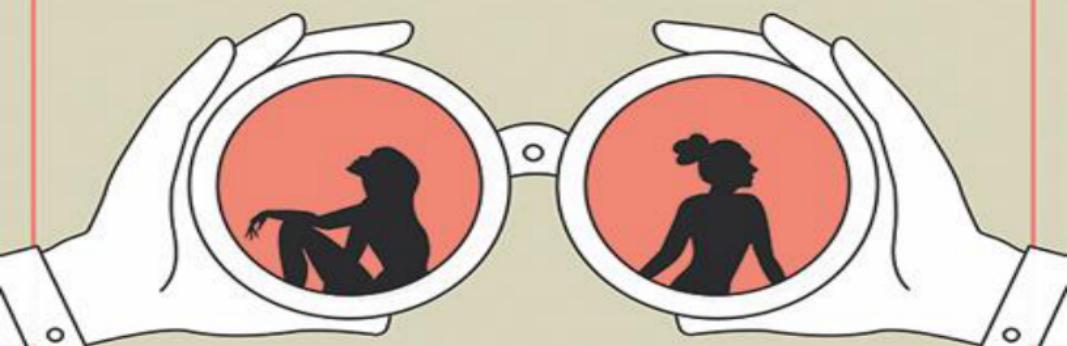
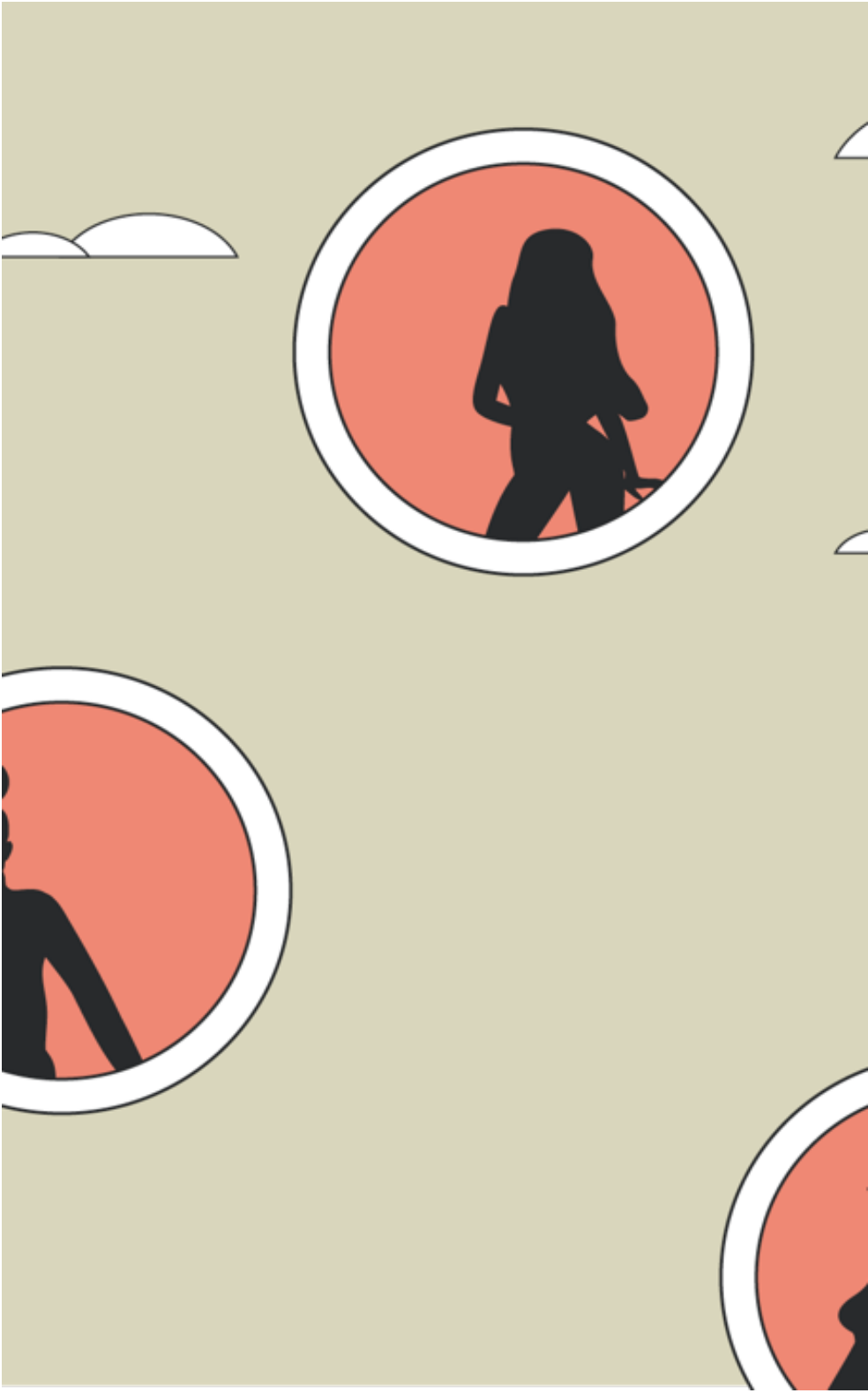
Tía buena



Una investigación filosófica

ALBERTO OLMOS

C/T



Título: *Tía buena. Una investigación filosófica*

De esta edición: © Círculo de Tiza

© Del texto: Alberto Olmos

© De la fotografía: @jeosm

© De la ilustración: Sylvia Sans Bassat

Primera edición: septiembre 2023

Diseño de cubierta: Sylvia Sans Bassat

Corrección: @notecomasmascomas

Maquetación: María Torre Sarmiento

Impreso en España por Imprenta Kadmos, S. C. L.

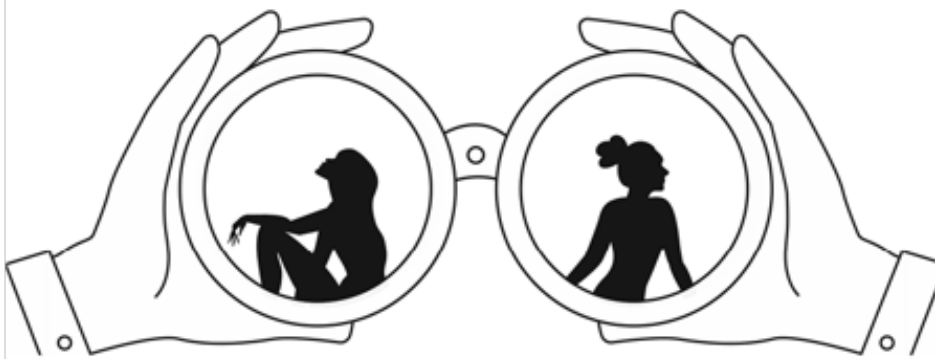
ISBN: 978-84-127090-2-5

ISBN: 978-84-127090-3-2

Depósito legal: M-24972-2023

Reservados todos los derechos. No está permitida la reproducción total ni parcial de esta obra ni su almacenamiento, tratamiento o transmisión de ninguna manera ni por ningún modo, ya sea electrónico, óptico, de grabación o fotocopia sin autorización previa por escrito de la sociedad.

Tía buena



Una investigación filosófica

ALBERTO OLMOS

C
T

Índice

PRIMERA PARTE. ¿EN SERIO VAS A ESCRIBIR ESTE LIBRO?

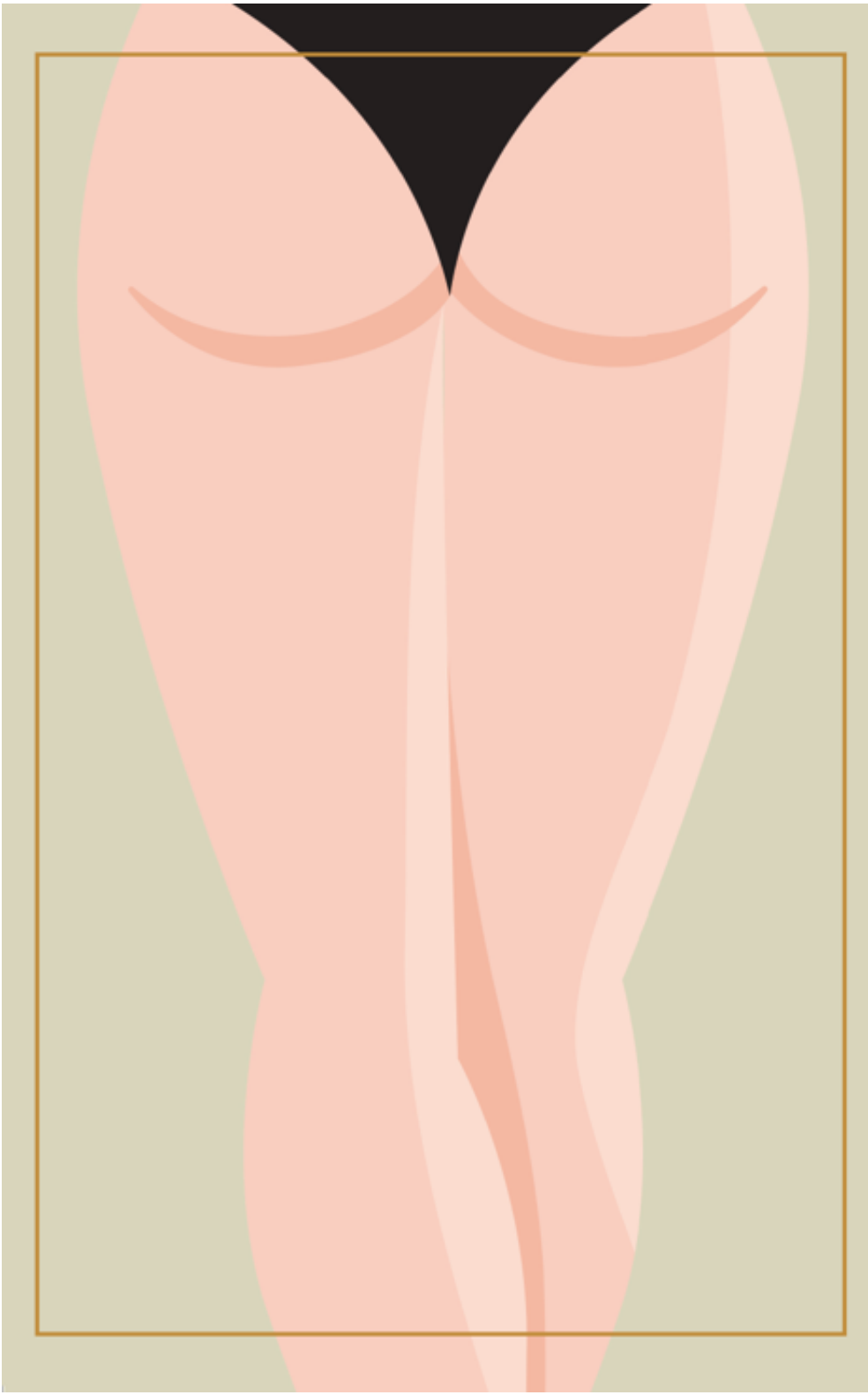
Interludio filológico "Tía buena"

SEGUNDA PARTE UNA INVESTIGACIÓN FILOSÓFICA

I. El mito de la belleza
II. Los hombres miran a las mujeres
III. Las mujeres se contemplan a sí mismas
Interludio fantasmático: Instagram

Epílogo. Últimas notas sobre la destrucción del amor

Nota del autor



PRIMERA PARTE
¿En serio vas a escribir este libro?

Durante el verano posterior a mi divorcio, empecé a darle vueltas a una expresión popular que siempre había desatendido: "tía buena". Esta epifanía semántica y mi separación, muy civilizada, podían guardar alguna relación. Quizá volver a la soltería y a mirar con más intención o interés a las mujeres de mi alrededor (lo cual incluye hoy en día las redes sociales, por supuesto), provocó en mí una estupefacción nueva, un cuestionamiento. De pronto, me vi preguntándome cómo sería eso de ser una tía buena, o de estar considerada como tal por todos los que te frecuentaban, o de intentar serlo abiertamente y como plan de vida. Es posible que estar ya muy cerca de los cincuenta años me permitiera bajarme de la montaña rusa de la pura apetencia, de ese unidireccional y explosivo impacto seco que suele provocar en un hombre una chica muy atractiva, y pensara por primera vez cómo era para ella ser una chica muy atractiva. En cierto sentido, quería saber cómo funcionaba el asunto desde el otro lado.

Un amigo me regaló un día de charla la idea de que los hombres se enamoran de una cara y las mujeres de una historia. Es una frase bonita que parece verdad, por mucho que el desequilibro de intereses entre hombres y mujeres que en ella se señala sea quizá excesivo. Hablando con otros hombres rendidos a la noción erótica de "las mujeres", llegamos también a la conclusión de que toda vez que una mujer era muy sensual nos poseía la incapacidad de ver en ella algo más allá de esa sensualidad. Philip Roth trabaja este mismo concepto en su libro *El animal moribundo* (2001), en la figura de un anciano profesor que enloquece por una alumna. Ahí expresa la idea de no-poder-ver-más-allá, un callejón sin salida precioso y simplón, donde una chica demasiado sexy no necesita de mayores añadidos biográficos o intelectuales para ser tenida en cuenta desde la más apabullante adoración.

En las primeras semanas y meses de maduración de este proyecto dos dudas o inseguridades me hacían postergarlo incesantemente. La primera, como es obvio, tiene que ver con la frivolidad –incluso estupidez– de escribir un libro sobre algo tan discotequero: la tía buena. La segunda, por supuesto, atañía al hecho mismo de no poder llamar al objeto futuro de mi trabajo con otras palabras que no fueran "tía buena". ¿Qué es una tía buena?, me preguntaba a mí mismo muchas tardes. ¿Quieres decir una mujer bonita, bella, una chica guapa? Y no, no quería decir una chica guapa, no pensaba estrictamente en la

belleza, no me centraba tampoco en modelos o actrices, ni siquiera en esas mujeres de medidas supuestamente perfectas ni acaso en las mujeres que a mí particularmente me puedan resultar más atractivas. Por más vueltas que le daba al asunto, la única denominación que me acababa satisfaciendo para ese grupo de mujeres cuya vida quería conocer con más detalle era la de "tía buena".

Así, mi proyecto enseguida se denominó *Tía buena*, y lo iba exhibiendo por ahí, muy al contrario de lo que es normal en mi escritura, que suele exigirme el secreto absoluto acerca de aquello en lo que estoy trabajando, como si airear una idea fuera sabotearla, ponerla en riesgo. Sin embargo, quizá las dudas que tenía de dedicar todo un libro a las tías buenas hacían necesario cierta consulta popular, entre amigas y amigos y conocidos del mundo editorial y periodístico. Mi sorpresa fue que todos encontraban muy interesante un libro titulado *Tía buena*.

Pasados seis meses, se me ocurrió añadir el subtítulo *Una investigación filosófica*, para darme ánimos.

En esos seis meses, había quedado con muchas chicas. Se supone que, cuando uno está soltero, tiene que quedar con muchas chicas, dejarse ver por la vida, tentar las posibilidades del emparejamiento. En realidad, nunca he sido muy inclinado a ligar, y esas citas casi salían solas, me citaba una amiga o una compañera de profesión, proponía yo un reencuentro a alguna mujer que hacía años que no veía. Ser social siempre ha sido para mí algo que conviene hacer, por salud, como andar un poco cada día, pero no, como tampoco lo es andar un poco cada día, algo que a mí me apetezca de verdad.

Con estas chicas, muchas de las cuales eran más jóvenes que yo y no poco atractivas, siempre acababa hablándoles de mi proyecto *Tía buena* y conformando –no diré que involuntariamente: de hecho, con toda intención– un trabajo de campo tentativo, y hasta una especie de cuestionario básico para afrontar futuras entrevistas con chicas y mujeres que podían considerarse "tías buenas" según las líneas generales de mi ensayo. Eso era lo que más me inquietaba de este proyecto: que, por una vez, tendría que salir de mi casa y hacer preguntas a la gente y, por supuesto, encontrar a esa gente a la que hacerle las preguntas.

La primera chica con la que quedé encajaba incluso exageradamente en el tipo de mujer que habría de frecuentar para entender la vida de una tía buena.

Lógicamente, en este trabajo usaré nombres falsos en todo momento, salvo que se indique lo contrario. A esta primera mujer la llamaremos Carmen.

Había conocido a Carmen en los ambientes literarios, pues ella escribía y tenía un novio que también escribía y en algún momento coincidimos todos en un lugar de esos donde coincide este tipo de gente con inclinaciones literarias. En esos primeros años de tratarla, Carmen no era una tía buena. Esto me parece muy importante: que existe la posibilidad de ser una tía buena o no. Es más: que resulta necesario *querer serlo*. Carmen, al principio, no quería serlo: solía llevar ropa gastada, mal combinada, suelta, nada de maquillaje, algún *piercing* y alguna gorrita o sombrero. Su apariencia era más bien desastrada y antierótica. Era pequeña, de pecho menudo, con cierta inclinación a engordar por los muslos. También era muy inteligente y muy simpática.

En algún momento, sin embargo, y dentro del periodo en que ya era conocida mía, Carmen imprimió a su aspecto un cambio notable. Empezó a hacerse cortes de pelo espectaculares, de mucha virguería tonal, degradados, colores fosforescentes casi inverosímiles. Hasta ese momento se cortaba el pelo ella misma, con unas tijeras de cortar papel. También se operó los pechos y lucía ahora una talla noventa, que ceñía con vestidos, tops, camisetas y blusas necesariamente indiscretas. Estaba muy delgada, iba mucho al gimnasio y todo ese cincelado se ofrecía al mundo con las ropas más modernas, imitando personajes femeninos de manga, por ejemplo, con medias de red, minifaldas, *shorts* apretados, coletas algunas veces, botas altas o vestidos de corte japonés.

Esta transformación llevó aparejada un exhibicionismo muy desacomplejado en su cuenta de Instagram, donde en todo caso no figuraba su nombre real. Ahí, amén de registrar cada conjunto o *look* que completara en su día a día frente al espejo, Carmen solía subir fotos desnuda, dentro de las posibilidades que para ello da esta red social (que son todas si no se ven los pezones o –menos precisamente– la zona genital). Salía mucho en bragas, chupando cosas, desnuda sobre la cama con tres emoticonos velando sus partes íntimas o asomada a un balcón con la minifalda subida hasta la cintura, de modo que se le apreciara perfectamente el trasero. Había decenas de fotos de este tenor en su cuenta.

Esta espiral de modelaje *amateur* (Carmen no vivía en modo alguno de estas exhibiciones, sino que, de hecho, tenía un trabajo muy serio y bien

pagado y acorde con su capacidad intelectual, nada discreta a su vez), esta espiral, digo, coincidió con mi alejamiento de ella, pues, sin mayores motivos ni conflictos o desencuentros, nuestros contactos fueron desvaneciéndose mientras cada uno daba los pasos que la vida le dictara. Yo, por ejemplo, tuve dos hijos.

Así, el verano al que me refiero y en el que la mencionada epifanía estética me sugirió un libro, puede que hiciera tres años desde la última vez que nos habíamos visto. Quedamos en una terraza por el centro. Yo llegué primero y ocupé una mesa. Ella apareció puntual, dado que yo siempre llego quince minutos antes. Después de las actualizaciones de rigor, que incluían la marcha de Carmen de Madrid (ese era el motivo por el que quería verme, de hecho), fui aterrizando poco a poco en el asunto al que tantas vueltas le estaba dando, aterrizaje que, ahora que lo pienso, fue un poco abusivo, dado que, de pronto, me vi delante de una "tía buena" y me olvidé de que era una amiga y me obsesioné con que me diera pistas sobre lo que, en principio, era un libro que quería escribir.

No sé cómo lo hice, cómo saqué el tema. Después, ya con más práctica, siempre lo haría de la misma manera: primero anunciaba que se me había ocurrido un libro y enseguida soltaba el título y el subtítulo: *Tía buena. Una investigación filosófica.* Al no notar (de hecho, nunca) caras de pasmo en mis interlocutores (la revelación siempre la hacía uno a uno, por cierto, no a grupos de personas), pasaba a explicar mi curiosidad motora, ese querer ver detrás de la tía buena, ver el mundo según su perspectiva. Luego dejaba hablar a la otra persona, que siempre me decía cosas interesantes, de mucho ánimo.

Con Carmen empezaría sin duda con tacto. "Oye", supongo que dije, pienso que dije, decido que dije, "siempre me ha llamado la atención…", seguramente aquí hice una pausa, no suelo ser capaz de hablar todo seguido, "... mmm, no sé, de ti, siempre he querido preguntarte…", indudablemente hice más de una pausa en esta primera toma de contacto, "… uf, en fin, que cuando te conocí eras de una manera, ¿sabes?, y en un momento dado, zas, cambiaste". Después de los primeros tropiezos, quizá tomé confianza: "Quiero decir que en un momento concreto variaste completamente tu aspecto. Siempre he querido preguntarte por ello".

Carmen, ese día, llevaba en efecto un vestido japonés, de color verde claro o azul cerámica, muy ajustado al pecho y a las caderas, y el cabello recogido en

un moño, que apretaba colores fucsia y azul, quizá también naranja. Fumaba, como yo. La gente, obviamente, se fijaba en ella al pasar por delante de nuestra mesa.

Su explicación la recuerdo con demasiada precisión, pero no con naturalidad. Me dijo que su metamorfosis obedecía a cierto complejo que arrastraba desde niña que le había impedido mostrar su cuerpo. Creo que usó la palabra "negación". Más o menos de mi cosecha, puedo recuperar sus palabras, porque en aquellas primeras incursiones en el asunto no usaba grabadora ni tomaba notas, como hice luego. Esta negación de Carmen tenía que ver, presumo, con el hecho de que debía defender su valía intelectual, y tendría muy presente que una mujer con minifalda no suele ser considerada inteligente, licenciada en ingeniería o conocedora de la obra de Hilda Doolittle. Este empeño en confrontar el mundo como una persona válida profesionalmente le llevó a extremar su desaseo, a ocultar sus posibles atributos, casi al vicio de la informalidad. "Ser mujer", en fin, entendido desde la norma social más evidente, le parecía lo contrario de lo que debía hacer, al punto de acabar aterrorizada ante cualquier momento en la vida en el que se viera obligada a "ser mujer", por ejemplo, en una boda, cena de empresa o fiesta de alto copete, donde sí se esperaría de ella un vestido y una hora larga de maquillaje. "Siempre quise ser un chico", me llegó a confesar.

Yo, como digo, la conocí de tiradillo, en su versión entre *hippie* y niña del hospicio. Debo apuntar que Carmen, dentro de todas las mujeres que he conocido en mi vida, ocuparía un puesto muy alto en mi predilección. Curiosamente, lo ocuparía tanto en su versión primitiva, de invisibilización de su sensualidad, como ahora, en su reconstrucción explosivamente erótica.

Esta reconstrucción hiperfemenina había sido para ella, según me contó, una liberación. Pienso ahora que quizá la ausencia de gestos y ropas y complementos propios de lo que entendemos como una mujer atractiva durante toda su primera juventud había funcionado como dique poco conveniente para cuando Carmen decidiera –por seguir con el símil hidráulico– dejar pasar esas aguas. Es decir, cuando por fin quiso ser mujer, parecer una mujer, exhibir lo que la coquetería define como "las armas" de su sexo, el dique se vino abajo por completo y Carmen se vio arrastrada por un caudal de apariencia absolutamente excesivo. Su imagen actual, imagen que había creado hacía cuatro o cinco años, era verdaderamente plástica, como de

figurilla *otaku*, sacada de una película de animación o de una escena capital de la serie *Euphoria*. Todo medido, de pies a cabeza, todo trabajado, probado y combinado varias veces, comprado quién sabe en qué tiendas selectas o lejanas, o por internet, siguiendo modelos por mí desconocidos, tal vez de revistas muy concretas de moda y tendencias, y denotando un gasto enorme de tiempo en su adquisición y renovación.

Establecidas las coordenadas básicas de esta conversación que a mí, en principio, me parecía delicada (no muy lejos de atreverse a preguntarle a alguien por su deterioro físico, en realidad), y viendo que Carmen tenía ciertas ganas de hablar de sí misma y de su ser-una-tía-buena-en-el-mundo, me atreví a deslizar algunas preguntas más. Como el libro aún me parecía una tontería, creo que no le dije nunca que era ese el motivo por el que me interesaba su peripecia como mujer llamativa. Y así, sin más, se me ocurrió formularle esta pregunta: ¿te consideras una tía buena?

Me dijo que no.

Estas modestias las vería luego más veces, y no dejan de tener su encanto. A fin de cuentas, ¿quién decide si una mujer en concreto es "una tía buena"? ¿El que mira? ¿La que produce esa imagen calculadamente? ¿Algo en un punto intermedio de todas las reacciones cruzadas? Me pareció que preguntar directamente a las chicas que uno podría entrevistar para este libro si se consideraban a sí mismas una tía buena, sin mayores preámbulos, era una buena forma de empezar, porque señalaba al núcleo mismo del concepto, que era, por supuesto, el de la elección de ese rol para su vida en sociedad: ser la perturbación erótica de la oficina, del grupo de amigas, de la familia o de su entorno en Internet. ¿A qué apuntaba esa negación de algo (ser una tía buena) que yo precisamente encontraba obvio? ¿Pudor? ¿Culpa? ¿Coquetería suplementaria? Carmen dijo que no bajando la cabeza, mirando para el suelo, quizá –se me ocurre de pronto– pensando en otras mujeres que, como siempre pasa en esta vida de comparación y competencia, debían de parecerle tan superiores a ella en atributos físicos y despliegue de sensualidad que ella, una aficionada a fin de cuentas, no podía llevar su mismo marbete: tía buena.

Hablamos después de las reacciones que esta metamorfosis había provocado en los demás y de los conflictos inéditos que había afrontado. La vida de Carmen era, pongamos, doblemente pública. En su versión de calle, vivencial, constaba de un trabajo serio que desarrollaba con suma profesionalidad, de ir y

venir a oficinas y reuniones, y también de salir a la calle y quedar en un bar y hacer compras y demás rutinas invisibles. La otra versión era su cuenta de Instagram, donde la manifestación de su erotismo suponía el único sentido del perfil. No figuraba su nombre, como digo, pero salía a cara descubierta, y también descubría su cuerpo entero, con los consabidos tachones o emoticones en las partes pudendas, explorando nuevas posturas, nuevos fondos para esas posturas, vestidos y tops y minifaldas variados, ropa interior, bikinis, en esa lucha por la originalidad tan peculiar de las chicas que en Instagram sólo publican fotos sexies. Ser sexy no es fácil si todo a tu alrededor es sexy.

El problema, entonces, llegaba cuando alguien cruzaba datos, ponía nombre a ese perfil de Instagram, volcaba en la vida real la vida de *pin up* o tía buena de Carmen en las redes y trataba de sacar provecho de ello, así fuera el simple provecho de hacer daño. Dos hombres habían intentado acostarse con ella y, tras fracasar, copiaron todas las fotos estrambóticas y lascivas de Carmen y se las mandaron por email a sus jefes. Destapar un secreto, que en rigor estaba a la vista de todo el mundo, fue su modo de vengar el rechazo, sin olvidar que seguramente esas fotos subidas de tono en Instagram fueron el principal motivo de que estos dos hombres se interesaran en primer lugar por Carmen.

Percances como estos, sumados a momentos en los que el rumor llegaba a sus oídos (alguna compañera hacía circular por la oficina la última foto de Carmen en Instagram y el jefe la llamaba a capítulo, u otra compañera, más amiga, le informaba del runrún que corría) provocaban que el perfil de Carmen en esta red social se abriera y cerrara regularmente, al compás de la maledicencia. Es interesante pensar en ese perfil intermitente como un termómetro de la confianza de Carmen en sí misma, de su lucha contra el qué dirán. Si estaba abierto, quizá es que era feliz; si estaba cerrado o en sesión privada, tal vez pasaba por un mal momento. Como yo entraba algunas veces, pensaba esto mismo, que mi amiga andaba bien o mal según si su perfil estuviera disponible o no. Pero también, como veremos más adelante, podía ser al revés: que cuando estaba abierto Carmen estuviera mal y que cuando estaba cerrado se encontrara de buen humor. Quizá abrir el perfil al mundo y poner una foto excitante y ver cómo miles de personas le daban *likes* y cientos de hombres dejaban comentarios llenos de corazones y piropos era lo que necesitaba algunos días.

De hecho, Carmen me contó que había pasado "dos años muy malos y

tristes", y sería relevante comparar esa tristeza de dos años enteros con lo que su cuenta de Instagram mostraba al mundo, que seguramente era una felicidad sin fisuras.

"No tengo amigos", me reveló también, para mi pasmo. Hablando de los hombres que la acosaban, con los que salía, con los que había estado, con los que hacía alguna de sus múltiples actividades sociales, llegó a esa escalofriante afirmación: "No tengo amigos". ¿Cómo que no tienes amigos?, inquirí.

Al parecer, tenía amigos, pero siempre acababan desapareciendo. "Cuando ven que no van a conseguir nada, de pronto, un día, no vuelvo a saber de ellos", me contó. Había que suponer por tanto que, aparte de los hombres que frontalmente se le acercaban tratando de acostarse con ella, había otros que, en principio, parecían valorarla por otras cosas, su obra artística, su simpatía, su carácter, y que durante una temporada iban con ella de copas, al cine o a charlar a un parque, como si eso les colmara y fuera suficiente y no hubiera tensión sexual alguna. Sin embargo, sin previo aviso, quizá sólo después de algunos acercamientos fuera de lo habitual (también supongo que uno de estos hombres consideraba un avance, por ejemplo, abrazarse a Carmen una noche después de pasarlo bien, considerando que, ese abrazo inédito, muy emocionante, anticipaba ya el avance definitivo hacia un encuentro sexual), estos hombres tiraban la toalla y Carmen pasaba a ser alguien sin el menor interés para ellos, a la que no llamarían nunca más y cuyos mensajes se empeñarían en no contestar por siempre.

Como me dio algo de pena, le dije que yo era su amigo. ¿Qué es eso de que no tienes amigos? ¿Y yo? Sí, eres mi amigo, me dijo, pero es que tú me has visto desnuda.

***

Me animó bastante la charla con Carmen, en el sentido de que veía que un libro titulado *Tía buena* podía tener algún futuro, más sustancia de la que yo mismo había intuido. También empecé a dar forma al Cuestionario de la Tía Buena, viendo que la primera pregunta, así fuera algo violenta, debía ser: ¿Te consideras una tía buena?, ya que ponía la cuestión en primera línea, y el rechazo o asunción por parte de mi interlocutora de ese calificativo resultaría de por sí interesante. Tomé algunas notas, finalmente, del encuentro, pues no quería olvidar dos datos muy potentes: que Carmen no tenía amigos varones y

que la infelicidad se combatía con exhibicionismo.

Por esas fechas me compré mi primer *smartphone*, y me veo obligado a dar una breve explicación. No disponía de uno, por principios, y además mi novia solventaba nuestro día a día con el suyo (ir a sitios –google maps–, hacer fotos que mandar a la familia, avisar a los amigos –whatsapp–, etcétera). Separados, por tanto, todas estas soluciones rutinarias desaparecieron y me vi obligado a comprar un *smartphone* para llevar a mis hijos a Faunia, hacerles fotos y padecer, en fin, la adicción al aparato. En realidad tenía dos teléfonos, el viejo y oficial y este, cuyo número sólo tenía, de hecho, mi exnovia. Para emergencias.

El caso es que con el *smartphone* en la mano (el Samsung más barato que encontré, un A11) no fui capaz de obviar las tentaciones consabidas, que eran básicamente cotillear vidas ajenas. Así, acabé abriendo un perfil en Tinder con nombre falso y una foto de la pared, por puro aburrimiento y puro morbo, donde duré una semana que dio lugar a un artículo en mi periódico[1]. Poco después, me instalé Instagram, también con un perfil falso, y ahí volvemos al tema de este libro.

Lo primero que aparecía en Instagram, en la *home* o como se llame, eran decenas de fotos, y de esas decenas de fotos, por lo que fuera (¿porque no hay otra cosa en Instagram?), más de la mitad eran de "tías buenas". En algún momento me di cuenta de que esos perfiles femeninos que únicamente publicaban fotos o de la misma chica o de varias chicas en poses y atuendos insinuantes eran materia para mi dubitativo proyecto. Mi conocimiento de esta red social se limitaba (y de ahí que hubiera visto las fotos de Carmen) a visitas desde la web, donde sólo se veían las últimas tres o cuatro filas de imágenes subidas, antes de que Instagram se cerrara y te invitara a registrarte. Más adelante entraré de lleno en este asunto.

Con veinte o treinta perfiles muy sexies de Instagram en mi propia cuenta falsa, quedé para tomar un café con otra chica. Ya se me había pasado la euforia intelectual de creer que este libro iba a alguna parte y volvía a pensar en él como en una auténtica chorrada. Acabar de separarme y empezar a sufrir la ausencia de mis hijos durante largos periodos (comparado con verlos a diario, no verlos durante tres o cuatro días seguidos resultaba doloroso) no ayudaba a tener mucha fe en nada, y menos en otro libro más que nadie leería. Realmente me daba vergüenza a veces, en esa soledad aparejada a la creación,

haber tenido la rijosa idea de escribir un ensayo cuyo tema sólo podía nombrar como "tía buena".

En estos pozos andaba cuando esta chica que digo me aseguró que teníamos un café pendiente. En realidad, quedé con ella porque era muy joven y algo guapa, y se supone que uno, ya soltero, tiene que intentar ligar. Ella tenía unos 30 años, trabajaba en comunicación, de vez en cuando habíamos hablado por mensaje directo de Twitter. Nunca hubiera pensado que ese encuentro iba a darme las pistas más ásperas sobre el proyecto que me entretenía las horas.

La cita era hacia las ocho de la tarde, llovía y ella llegó tarde y en taxi y por mensajes directos de Twitter le había ido yo diciendo dónde me arrinconaba el mal tiempo. Acabamos en una terraza con sombrillas abiertas, un poco intempestiva, pero adecuada para dos fumadores.

Lucía (nombre supuesto) tenía, ahora que lo pienso, bastantes condiciones que la hacían perfecta para mi trabajo de campo. Quizá sólo después he llegado a acotar la noción que nos ocupa, a comprender que no se trata de belleza, de un *ranking* de atractivos físicos. Tía-buena hace referencia a una mujer que, en un entorno concreto, asume un papel de objeto de deseo y mantiene ese papel a toda cosa, asumiéndolo como propio. Ese entorno puede ser una oficina, un bar, un grupo de amigos o el grupo familiar. Su rol en ese microsistema consiste en no ser vista nunca como otra cosa que una mujer deseable, algo que consigue por la combinación de un carácter esencialmente ligero y una producción cosmética indesmayablemente agresiva.

Así, Lucía era en la empresa en la que trabajaba "la tía buena". Joven, sonriente, pícara, los hombres hablaban de ella, las mujeres la despreciaban, los rumores sobre sus peripecias amorosas se difundían regularmente, las cenas de empresa y las fiestas navideñas renovaban esos rumores, los hombres que se acostaban con ella lo contaban a los cinco minutos, las fotos que subía a su perfil de Instagram se copiaban y reenviaban. Esa era su vida.

Anoto enseguida que es probable que el retrato que me dispongo a trazar de Lucía no sea muy favorecedor para ella. También quiero adelantar que estos encuentros que recupero y narro pueden sufrir todo tipo de variaciones, aunque conserven su sentido general y nada de lo importante sea inventado. A fin de cuentas, la persona concreta no es lo importante para mí, sino la información y experiencia que obtuve a través de ella. Digo esto por si el juego

del reconocimiento acaba perjudicando a la persona equivocada o aun a la persona correcta.

Lucía llegó, en fin, haciéndose la tonta, con esa risa inmediata que estilan algunas chicas, que además modulan la voz de forma coqueta, susurrante, un poco clásica. Hablamos de vaguedades, medimos la predisposición del otro, hablamos de mi divorcio y de su nuevo trabajo, de mis libros. Así llegamos a la revelación de que planeaba yo otro más titulado *Tía buena*.

¿Tú te consideras una tía buena?, le pregunté. Sí, contestó.

Este "sí" es importante. Carmen no dijo "sí". Carmen era mucho más guapa y sexy que Lucía, pero no creyó ser realmente una tía buena. Lucía sí lo pensaba de sí misma, y el hecho de que fuera una mujer menos atractiva que Carmen no pone en duda su estatus de tía buena. Precisamente su "sí" señala la condición *sine qua non* de este rol social: que se elige.

Enseguida empezó a hablarme de sus andanzas, desventuras y experiencias como tía buena. Una de ellas me la relatarían después otras mujeres: tener quince años, ser muy guapa, liarse con un estudiante de cursos superiores con fama a su vez de guapo y sufrir de inmediato el acoso de las demás chicas de su edad. Acoso que incluía ser perseguida por las calles, recibir andanadas de piedras, insultos y todo tipo de vejaciones.

Aquí me di cuenta de que mi visión del *bullying* era muy reducida. Siempre había pensado (y, de hecho, visto) que el alumno acosado lo era por su diferencia, normalmente poco canjeable socialmente. Si era tímido, si era feo, si era gordo, si vestía mal tenía muchas papeletas para que los demás la tomaran con él. Lo mismo con una alumna. Sin embargo, Lucía me abrió los ojos al acoso por-ser-guapa, acoso que nunca había pasado por mi cabeza. Siempre había pensado que ser guapo o guapa, estar bueno, abocaba a la popularidad en las aulas y, por tanto, a una vida plácida y regalada en esos años, al tiempo que la pobre chica con gafas o el desafortunado muchacho con muchos granos se llevaban todas las palizas y burlas. Como digo, muchas otras chicas me confirmaron después el mismo esquema trágico: una es guapa, un alumno siempre de cursos superiores parece el macho alfa deseado por todas, una se lía con ese alumno, las demás chicas te pegan. Durante, como mínimo, lo que queda de curso.

Me impresionaba (sobre todo, considerándolo después) la naturalidad con la que Lucía era, para sí misma, una tía buena y, por tanto, tenía mucho que

decir sobre su condición. Incluso daba la sensación de que lo llevaba muy pensado, de que acumulaba años de practicar y perfeccionar el personaje. "Es lo que se llama capital erótico", me dijo con algo de retintín intelectual de la peor especie. "Yo tengo capital erótico. Y juego con él".

"Mira", añadió. Se destapó los hombros (llevaba una chaqueta vaquera) y me hizo apreciar su vestido, un conjunto entallado de falda corta, muy elegante. "Hoy he ido a firmar un contrato y me visto así para que vean bien lo que han contratado. Soy una chica guapa, joven y de éxito".

Se gustaba. Se gustaba mucho. Despedía una irritante confianza en su valor en el –por asimilación– mercado erótico, que era, a fin de cuentas, un mercado transversal y entremezclado con todo lo demás, el trabajo, la pareja, los amigos, la familia, el amor.

Como el tiempo seguía empeorando, decidimos continuar la velada (lo cual indica que tampoco lo estaba pasando yo tan mal, lo reconozco) tomando una copa a resguardo, en algún pub cercano. Habíamos tomado dos cervezas cada uno, o dos rondas de lo que fuera. Entonces ella dijo algo que no puedo no plasmar aquí: "Pago yo para que sepas que no vamos a follar".

Es una frase que he repetido mucho a mis amigos y amigas y a otras chicas a las que he entrevistado para este libro. "Pago yo para que sepas que no vamos a follar". ¿Sabíais esto? La verdad es que a nadie le sonaba una prevención femenina como la de pagar la primera ronda para evitar malentendidos.

Al oír la frase me quedé muy descolocado. No sé si dije algo, quizá palabras tontas: "Ah, ¿sí?", o "Vaya" o "No sabía que se hacía esto". Ante lo cual –incluso si no dije nada, si me quedé simplemente callado– ella añadió: "Tienes poca calle". O: "Qué poca calle". Estas palabras me molestaron enormemente.

Con todo, caminamos en busca de un bar de copas o de un pub y lo encontramos enseguida, a unos doscientos metros. Pedimos unos combinados a la camarera y seguimos hablando de la poca calle que yo tenía. "Es que si vas a follar con un tío, tú lo sabes, y entonces dejas que pague todo. ¡Obviamente!"

Era fascinante la crudeza con la que Lucía señalaba las relaciones de poder que había en el hecho de ligar. Uno hubiera esperado, quizá, atendiendo a su modo de hablar, a su atuendo y al romanticismo aún imperante en los lances amorosos actuales, que ella optara siquiera por el rol de princesa, de princesita que exige, ante todo, buenos modales: pasar primero, no pagar, recibir flores y recibir palabras como flores. No había nada de eso cuando hablaba de los

hombres que la deseaban, o de mí mismo, que la verdad es que la deseaba más bien poco en esos momentos. Sólo encontraba en ella una obsesión por el poder, con la consiguiente deriva hacia la intimidación.

"¿Cuánto llevas sin follar?", me preguntó. No se podía negar que, como sujeto a estudio, daba mucho juego, no se callaba nada, me golpeaba ella a mí mucho más que yo a ella. No se lo dije, como es lógico, pero noté en su pregunta, y en la sonrisa que la subrayó, la intimidación que comento. Para ella, deduje, yo era un cuarentón no muy agraciado, con necesidades sexuales acuciantes, para el que una chica de treinta años, mona y simpática, era una opción amorosa incalculable. Al preguntarme sobre la última vez que mantuve relaciones (puede que la pregunta fuera: "¿cuándo follaste por última vez?", pero sin duda utilizó el verbo "follar"), no quería realmente conocer el dato, una fecha exacta o aproximada, sino paladear toda la amplitud de su poder sobre mí. Sólo con su aquiescencia, con un sí, con un "tomamos la última en mi casa", ella podía hacer feliz a un hombre, darle la mejor noche que habría tenido en todo el año, congraciarle consigo mismo.

Hablamos otro poco de cualquier cosa, y entonces me atreví a decirle: "Para serte sincero, creo que si tú me dijeras, pongamos por caso: 'ven a mi casa a follar ahora mismo', lo más seguro es que yo te dijera que no". "¿Qué dices?". Me expliqué: "Tampoco estoy *in the mood*, la verdad. O sea, hace dos meses que me separé, de alguien con quien llevaba doce años… No me veo follando sin más, no me apetece realmente".

No me parecía tan difícil de entender. Nada más separarme, muchos amigos, y hasta mi propia exnovia, que es muy liberal, me anticipaban una temporada al menos divertida de ligues y encuentros, dando a entender que la cosa era fácil y que era, además, saludable. Tras tanto tiempo con la misma mujer, uno debía estar muy animado a conocer a una mujer nueva. Lo cierto es que me generaba angustia este empuje de mi entorno, nunca me había parecido fácil ligar y, sobre todo, acostarme con otra chica significaba sellar un adiós, tomar otro camino y dar carpetazo definitivo a algo que aún resonaba en mi cabeza: un buen trozo de mi vida con otra persona.

"Digamos que no venía aquí esperando que pasara nada", comenté después. Ella me echó un vistazo de arriba abajo y certificó mi honestidad: "Ya veo, si has venido en sudadera". Pronunció la palabra su-da-de-ra arrastrando todas y cada una de sus sílabas por el charco de barro del mal gusto. En efecto, yo

vestía una sudadera con capucha de 17 euros comprada en H&M, azul clarito. Y unos vaqueros. Y unas zapatillas un poco viejas. El pelo me lo corto yo mismo. No sé muy bien cómo debía haber vestido para gustarle a esta chica. La verdad es que tengo poca ropa.

Entonces empezaron a llegarme mensajes al *smartphone* que sólo podían ser MDs de Twitter. "¿Quién te escribe?", me preguntó. "Nadie", dije, mientras contestaba. "A ver…" Y se inclinó sobre mí con intención de ver la pantalla de mi móvil. "Anda, no seas cotilla". Guardé el aparato. De pronto, Lucía sonreía, se apartaba el tirante del vestido sobre el hombro, cruzaba y descruzaba las piernas. "¿No te gusto?", me dijo. Daba tragos a su copa sin apartar sus ojos de los míos.

En el juego de poder que se traía Lucía había, sin duda, mucha experiencia, además de, lamentablemente, un desdén en modo alguno oculto por la posición que yo ocupaba en ese encuentro. Sin embargo, Lucía, como seguramente casi todo el mundo, ignoraba un recorrido vital que, en cierta medida, competía con el suyo propio y hasta llegaba a contrarrestarlo. Era, sencillamente, la larga experiencia del fracaso.

La primera mujer con la que quedé después de ser oficialmente soltero de nuevo (o separado) fue una amiga de la universidad a la que no veía desde hacía veinte años. La verdad es que romper con la madre de mis hijos me hizo sentir que mi vida original había terminado, que a partir de entonces, a mis 46 años, todo serían repeticiones, vueltas atrás, experiencias conocidas. Así, de pronto, me vi mirando hacia el pasado todos los días, como evaluando mi historia. Sentía que todo lo vivido hasta esa edad súbitamente había tomado forma, aunque hasta hacía media hora me pareciera una viva aventada, capítulos sueltos y sin lógica alguna, vivir en Japón, estudiar periodismo, conocer a esta o aquella persona, todo se había amontonado sin razón aparente durante más de cuarenta años. Pero, una tarde, considerando mi pasado, *lo vi;* y me dije, con enorme emoción: Esta es mi historia. Todo eso que viví como si fueran arreones sin sentido constituye al cabo mi historia.

El caso es que mi antigua amiga me seguía en Twitter y, por esas melancolías de haber vivido y olvidado y dejado atrás tantas cosas, tantas cosas que ahora me parecían mi principal patrimonio, le escribí para vernos. Cuando dejamos de frecuentarnos no hubo conflicto alguno, simplemente uno dejó de llamar al otro, como pasa tan a menudo.

Esta chica, en fin, a sus diecinueve años quizá fue de las primeras mujeres que me gustaron mucho, que me "enamoraron", allá en la facultad, por seguir el lenguaje apastelado de uso común. Obviamente, nunca me hizo el menor caso.

El encuentro, que fue el primero de la larga lista de mi soltería, se llevó a cabo sin que *Tía buena* se me pasara por la cabeza, de modo que poco puedo rescatar de él que resulte sustancial para este libro. Recuerdo, eso sí, que fue muy agradable y que me sorprendió –pues era uno de mis temores– reconocer a Patricia enseguida, de lejos, por cómo andaba, y que su cara, a pesar de tener ella 46 años como yo y de no verla desde que contaba 30, su cara, digo, uno diría que no había cambiado en lo más mínimo o en lo más esencial, en ese poder-ser-reconocida que me agobiaba aquella tarde. Era muy extraño esto, dado que quince años, y más esos quince años que te llevan a tocar casi el medio siglo de vida, cambian de hecho mucho a la gente. Sólo la voz de Patricia era distinta, debido, según deduje, a que llevaba una década sin fumar.

Así, de vuelta a Lucía, había que tener en cuenta que yo llevaba 27 años de rechazos, de Patricias, de gustarme chicas que no-me-hacían-el-menor-caso, algo que, lejos de ser una triste excepción llena de patetismo, constituye de hecho la norma de la vida amorosa masculina: que te gustan demasiadas chicas y que casi todas te rechazan, muchas veces porque es evidente para ellas que te gustan demasiadas chicas. Ese recorrido, como digo, es el que ignoraba Lucía, pues su actitud hacia mí era como la que tendría hacia un chico de veinte años que queda por primera vez con una chica muy mona y se pregunta qué pasará y hasta se sorprende de que no pase nada. Lógicamente yo no tenía edad para sorprenderme por que no pasara nada.

Tomando aquella copa con Lucía, que por fin podría pagar yo, según sus protocolos de encuentros con hombres, seguí preguntándole por lo de las tías buenas. Era, sin duda, interesante su opinión.

Me contó que ser una tía buena no era fácil, que no salía sola y que muchas "lo hacían mal". Empezó entonces a hablarme de una chica nueva que había llegado a la oficina donde ella, hasta que dejó ese trabajo, ejercía en solitario (no hay otra manera) de tía buena. Era una chica "muy vulgar", a la que "se le notaba todo enseguida". No me quedó muy claro qué hacía mal aquella pobre chica nueva en la oficina, amén de que ahora, al escribirlo, estoy haciendo el esfuerzo de recordarlo. Pero tenía que ver con frases e inclinaciones sobre la

mesa que sucedían siempre a destiempo, con excesivo descaro y al dictado de un tonteo muy torpe. Quizá Lucía consideraba que la tía buena tiene que serlo sin que se note que ella ha elegido serlo, como dejando a los hombres, y a las mujeres, de ese entorno del que se enseñorea sexualmente creer que son ellos los que han determinado que la recepcionista, la comercial, la abogada que se sienta allí es la chica más deseable del lugar de trabajo. La chica nueva hacía evidente sus intenciones, lo que generaba vergüenza ajena y cierto desprecio.

Pienso ahora si la actitud, incluso el tono conversacional, propios de chicas como Lucía, donde uno no parece estar nunca frente a un adulto, sino junto a una niña pequeña-grande que no se conoce a sí misma, no será la fórmula mágica para ejercer "bien" de tía buena. Es decir, para que no sea obvio y vulgar el ir y venir contoneante de tu cuerpo y las frases como con doble sentido que sueltas y las citas o encuentros que propones o retrasas o rechazas o repites, lo mejor era la máscara de la candidez, dar a entender que una no se imagina que los hombres a su alrededor la desean fervorosamente. Que no tiene en modo alguno el control.

La pequeña batalla de chicas que me había contado Lucía, y de la que ella se sentía ganadora con claridad frente a la nueva trabajadora "que lo hacía mal", me recordó una escena de *The Office*, justamente. Jenna Fischer interpreta a Pam, la recepcionista y también la chica guapa de la oficina. Buena parte de su recorrido en la serie tiene que ver con los hombres que elige como pareja, los que rechaza y el cotilleo ajeno en torno a quién ligará con ella, le propondrá una cita o conseguirá estar a su altura. En un capítulo concreto, la empresa recibe la visita de una trabajadora externa, interpretada por la entonces desconocida Amy Adams. Después de varias escenas en las que Amy despierta el deseo de numerosos oficinistas, uno de ellos, el gordo y calvo y cotilla llamado Kevin, se acerca a Pam y le dice sin mayores preámbulos: "Es más guapa que tú". Es decir, te ha quitado el puesto que ocupas en esta oficina, tu identidad específica; ahora no eres nadie.

En el encuentro con Lucía tuve tiempo de enseñarle mi cuenta de Instagram, para que viera los perfiles de las "tías buenas" a las que seguía, entonces no más de veinte o treinta. Quería que me diera su opinión sobre esas fotos, esas poses, esos cuerpos. No le gustaron mucho. Me hizo buscar a las chicas que para ella sí eran atractivas, y que yo no conocía, a pesar de ser, según me dio a entender, muy famosas. Una se llamaba Goicoechea, según

anoté; otra se llamaba Hosk.

Le pregunté por su cuenta de Instagram y sobre cómo la gestionaba. Me interesaba saber qué había detrás de estos perfiles de chicas normales, es decir, chicas que no eran modelos ni *influencers* ni actrices; particularmente en ese momento en el que publicaban una foto en bikini, desnudas entre sábanas o en ropa interior. ¿A qué obedecía esa foto puntualmente subida de tono? Recuerdo que me dijo que si ella publicaba una foto algo más sexy de lo habitual se debía por ejemplo a que no había salido ese día, pongamos, un viernes por la noche, y deseaba que le compensaran de alguna manera, con numerosos *likes* y comentarios. También me explicó que, obviamente (sic), una no podía subir fotos de ese tipo una detrás de otra, sino que había que poner gatitos, flores, paisajes y retratos aburridos cogiendo el metro antes de volver a poner otra foto en bragas. "Es como tú con tus artículos", me dijo, "no vas a tuitear sólo tus artículos. Tuiteas entre uno y otro muchas cosas para que no se note que sólo te interesa tuitear tus propios artículos".

Veo ahora entre mis notas una frase que recogí en su momento, una frase de Lucía: "Lo que hay que hacer es follarse al adecuado, como Georgina con Ronaldo". Y rio: "Jajajaja".

Una sensación singularmente extraña que me llevé de este encuentro con una chica casi veinte años más joven que yo y que se consideraba a sí misma "guapa y de éxito" fue la del enorme antierotismo que acabó impregnándome. Hablamos mucho de sexo, pero siempre en términos transaccionales y de equilibrios de poder. Me sentía como ante un ejecutivo o un bróker, o ante una bróker o una ejecutiva, apasionada de sus gráficos, balances e intuiciones, de su éxito ganando dinero en un mercado sin piedad para el que había que ir endurecido y sin muchos escrúpulos. Nada de lo que decía cuando decía "follar" o "acostarse" o "chicos, hombres, tíos" guardaba la menor relación con el placer, con la apetencia o con el respeto. Había cero cursilería en alguien que, de primeras, parecía la persona más cursi de la ciudad. El concepto mismo de amor permaneció ausente en las dos o tres horas en las que estuvimos hablando de las relaciones entre los hombres y las mujeres. Era como si hubiéramos estado charlando de negocios, realmente, sobre todo del uso de la intimidación como herramienta de éxito en esos negocios.

Otra chica con la que había quedado antes de citarme con Lucía me vino de pronto a la cabeza, mientras nos disponíamos a salir del bar. Esta chica me

había escrito porque estaba en Madrid. Quedamos y creo recordar que no abordé directamente el asunto de mi libro, pero que algunas ideas me rondaban ya sobre ello. Mi amiga era muy guapa. Lo que me vino a la cabeza con Lucía, mientras pagaba las copas y emprendíamos nuestro camino a casa, fue cómo mi otra amiga me había contado que en sus días en Madrid, de los cuales aquel en el que me veía a mí era el último, un conocido común había tratado de ligar con ella. Después de la noche de correrías y copas y reencuentros, llegado el momento de la despedida, este conocido le dijo que la acompañaba a casa. "Lo típico", zanjó mi amiga. Me sonó realmente triste, resabiado y cruel ese "lo típico". Me preguntaba si el conocido que le propuso acompañarla también pensaba que su gesto (andar juntos por las calles oscuras hasta llegar a su portal y luego, quizá, proponer subir o aprovechar el final del camino para abalanzarse sobre ella) era "típico" o imaginaba siquiera que para mi amiga lo era y hasta cansinamente, o si acaso ese gesto "típico" podía de alguna manera volver a su inocente sentido original y resultar aún bonito para alguien, si es que alguna vez cuidar de que una chica llegara bien hasta su casa había sido inocente, aunque bonito sí lo parezca. *Desde ahora te acompañaré a casa*, tituló un relato Kjell Askildsen.

Digo todo esto porque, obviamente, la idea de acompañar a Lucía hasta su casa no llegó a pasárseme por la cabeza.

***

¿Te consideras una tía buena?

No.

Elisa era editora y tenía cuando quedé con ella para hablarle de este libro treinta y pocos años. Mi sensación es que llevo ligando con Elisa desde 2008, cuando la conocí. La cité para tomar algo, entre otros motivos, por pasear al perro que tiernamente te araña las puertas del corazón para que le saques a la calle. Una vez nos besamos.

Hace ocho años que nos besamos, le recordé.

¿Y eso es mucho o poco?, preguntó.

Muchísimo, tía, muchísimo.

Como Elisa era para mí un icono sexual del mundo de los libros y como tenía una gran confianza con ella, le conté mi proyecto y abiertamente la señalé como objeto de estudio de *Tía buena*, a fin de que me contara cómo era

eso de ser una tía buena, un icono sexual y una persona opacada por su propia sensualidad manifiesta. No debió extrañarme que negara ser una tía buena, pero me extrañó. En general, era esperable que las mujeres inteligentes rechazaran una calificación semejante, por simplificadora, pero, al mismo tiempo, el contexto amistoso, desinhibido, y los años de confianza y cierta inclinación a jugar y coquetear el uno con el otro hubieran podido hacer predecible que dijera que sí. Sí, soy una tía buena, juguemos. Pero el caso es que dijo que no.

En el mundo editorial abundan las chicas jóvenes y atractivas, mayormente en labores de prensa, pero también en puestos de redacción, corrección y organización de eventos. Realmente las autoras no suelen ser las chicas más atractivas de este entorno laboral. Asimismo, esas chicas atractivas suelen tener sus más y sus menos con los autores, que tampoco son de manera habitual muy guapos, y sí algo mayores que estas chicas atractivas. Luego están los saraos, presentaciones y cócteles, donde, no sé por qué, siempre hay un ambiente de lujo excesivo e, hilvanado en él, decenas de chicas muy monas que nunca he sabido de dónde salen, pues no trabajan para las editoriales y tampoco escriben. El mundo de los libros, según vi durante años, se origina mayormente en la casa de un pobre desgraciado que escribe y termina en una fiesta donde ese desgraciado que escribe se ve rodeado de millonarios y tías buenas. Nunca he entendido muy bien los motivos.

Le insistí a Elisa que ella era muy guapa y deseada, dentro del entorno editorial, pero con candidez perfectamente indesmontable negó saber de qué le estaba hablando. Se lo planteé de otra manera (de una, de hecho, que cierta exnovia me había formulado una vez): ¿no has tenido la sensación en una fiesta de que podías acostarte con cualquier chico de los que había a tu alrededor? "Ah", me dijo, "¿poder elegir? Sí, eso sí. Durante un tiempo pude elegir lo que quisiera, pero elegí mal".

Debo pensar ahora por qué Elisa era para mí un ejemplo de "tía buena" a pesar de que ella lo negara y de que a mí me pareciera casi un alivio que lo negara. He considerado que este lugar en la cabeza de los hombres (me arrogo en este ensayo la potestad de estar representando a todos los hombres heterosexuales, en efecto) procedía de cierta constancia en el ejercicio de la provocación, constancia que, por supuesto, no es posible sin algo de voluntad.

Seguramente el mismo año que conocí a Elisa conocí a Luna Miguel,

quiero decir, en persona. Antes, la poeta, y ahora novelista y editora, era ya famosa para cualquiera que atendiera al mundo editorial, dada la forma que tenía de gestionar su presencia *online*. Durante algunos años, fui muy amigo (si esto puede decirse sin consultar a la otra parte) de Luna Miguel. Era curiosa en ella la distancia entre el trato directo y la imagen cristalizada, por ella y por la mirada de los otros, a través de los distintos espacios de promoción y exhibición con los que contamos, desde entrevistas a blogs, pasando luego a las redes sociales, como poco tres o cuatro. Esta distancia entre persona y presencia pública era en mi ánimo muy radical: cara a cara, me encantaba Luna Miguel; pero, si no la conociera en persona, la detestaría más que nadie debido a su imagen pública.

Es casi seguro que Luna Miguel, como figura pública, digo, entrara en mi vida mordiendo un bolígrafo Bic. Esa fue la primera foto que vi de ella. Recuerdo también fotos suyas recomendando libros: en bikini, con el libro sobre sus muslos, fotografiado por ella misma, de modo que el pico de las bragas del bikini quedara perfectamente encuadrado. Muchos de sus textos trataban, y siguen haciéndolo, de sexo. También difundía muchos dibujos o imágenes de contenido sexual, más o menos artísticos. No sé si hay alguna foto de Luna Miguel en alguna parte que no parezca pensada para prolongar un personaje: Lolita, al principio, y pos-Lolita después.

Así, entiendo que era evidente un cierto trabajo por parte de la propia autora en esa dirección incendiaria, una voluntad de alimentar pensamientos unidireccionales sobre su persona: que estaba buena, que era sexy, que era desinhibida, etcétera. Esto, como es obvio, lo confirmaban las propias reacciones masculinas a sus post y publicaciones *online*, así como el cotilleo del mundillo, tan predecible.

Algo parecido pasaba con Elisa, aunque su recorrido fuera menos publicitado, a menudo incluso incógnito. Pero muchas de sus actividades, que podíamos conocer los que estábamos cercanos a ella y, por tanto, los que estaban también cercanos a nosotros, y así hasta completar un circuito de rumor no poco amplio, eran también machaconamente erotizantes. Posaba desnuda para fotógrafos, y esas fotos estaban *online*, alguien las veía y las hacía conocidas para otro, que a su vez las movía. Recuerdo fotos suyas, de hace como diez años, apoyada sin ropa en borriquetas, o un desnudo frontal en blanco y negro. También tuvo una etapa en la que se aficionó a la lucha libre, o

a cierto tipo de lucha libre, de lucha americana teatralizada, donde peleaba con otra chica en *rings* marginales del Madrid cultureta, por ejemplo en Tabacalera. En esas peleas las dos chicas iban en shorts y sujetador deportivo, o si no en ropa normativamente sexy, y no era raro que la coreografía de la pelea incluyera que una le quitara los pantalones a la otra, se le subiera encima, le tocara los pechos y cosas así. Hecho este repaso, no me parece muy extraño que, dentro del interés masculino por las mujeres dentro de nuestro ámbito social, Elisa tuviera siempre un lugar nerviosamente comentado.

Elisa podía negarme que fuera una "tía buena", pero no podía negar el regular despliegue de sensualidad que había practicado a lo largo de los años, incluidas sus incursiones en el poliamor (que también publicitaba Luna Miguel y que obviamente resultan excitantes para los hombres), su asistencia a determinadas fiestas jacarandosas (de disfraces, digamos) o, claro, sus propias fotos en redes sociales, no poco intencionadas.

La explicación que encuentro a este dilema (ser o no ser una tía buena) tiene que ver, en fin, con cierta inclinación performativa con el propio cuerpo, tanto de Luna como de Elisa, incluso de investigación del poder erótico recibido, inclinación que las alejaría por completo de aquellas chicas que sí aspiraban a ser tía-buena, pero que, por lo simples que son los hombres, resultaba como tal alejamiento indetectable. Una chica que regularmente resultaba sexy por encima de la media era indistinguible de otra chica que también obedeciera a un calendario de exhibición muy calculado, incluso por motivos opuestos. Creaban la misma cadena de efectos: adicción, necesidad de más (una nueva foto, un nuevo "escándalo", un nuevo rumor), persecución, espionaje, proposiciones torpes, desencanto, odio. Vivir siendo deseada era vivir en la violencia.

Con Elisa quedé varias veces y siempre volvía de verla con una sensación ambigua. No sabía si había estado hablando con ella de atracción sexual al objeto de escribir un libro o ligando. Era difícil sustraerse a la evidencia de que, con la excusa de escribir un libro sobre la mujer como objeto sexual y de necesitar sobre todo saber qué piensa una chica guapa de sí misma, debía decirle a la chica con la que quedaba que quedaba con ella porque me parecía muy guapa, pues por eso me interesaban sus opiniones sobre ser una tía buena, algo que, a fin de cuentas, no estaba muy lejos de cortejarla, dado que empezaba nuestro encuentro con un piropo directo, cosa que, por cierto,

nunca había hecho en mi vida. Quiero decir que en pocos meses les dije a unas diez chicas o más lo guapas que me parecían, y en los casos de las amigas y conocidas, por primera vez en años de amistad o relación. Era arriesgado, incluso en aras de escribir un libro que todo el mundo, de hecho, me estaba animando a escribir, ir por ahí diciéndole a la gente lo sexy que me parecía.

Lo cierto es que enseguida la cosa se complicó más.

***

También iba revelando a algunos hombres la idea que se me había ocurrido para un libro, aunque la mayoría de las personas que constituyeron mi trabajo de campo primitivo eran mujeres, como puede verse. De hecho, era difícil contar este proyecto a un hombre y que la cosa no derivara en conversaciones completamente indistinguibles de cuando se toma una cerveza sin que nadie diga nada de un libro sobre tías buenas. Acabábamos hablando de chicas, de chicas guapas, de chicas que nos gustaban o de chicas que alguien se había follado y todo el mundo lo sabía. A veces quedaba con amigos casados y, en este punto, el único casado parecía yo. Creo que no entendían bien que mi libro buscaba justamente eso: que al hablar de una mujer atractiva cruzáramos por una vez el muro opaco de nuestra propia excitación y pensáramos qué se le pasaba a ella por la cabeza. Muchos hombres con los que hablé se estrellaban sucesivamente contra el muro de un mensaje simple: está buena, me gustaría follármela. No había más.

Con todo, un amigo me dijo que la idea de este ensayo le parecía "feminista".

Y otro amigo me dio ciertas pistas que me resultaron valiosas. Era periodista, colega reciente, quedaba con él por la fuerza que suelen tener estas amistades tardías e inesperadas. Le dije lo de mi libro por echar más leña al fuego de nuestra conversación, sin esperar que tuviera mucho que decir.

Pero me comentó algo digno de estudio. Al parecer, conocía a un hombre que se había desempeñado en el entorno de las modelos profesionales. Era un hombre sin atractivo alguno y, sin embargo, se había acostado con decenas de chicas espectaculares. El motivo, según este hombre pudo extraer de sus charlas con sus amigas, y que contó a su vez a mi nuevo amigo, era que, como estas mujeres resultaban tan perfectas, deseables, impecablemente eróticas y altas y delgadas y turgentes, casi ningún hombre se molestaba siquiera en

intentarlo. Era gracioso, toda una paradoja. (Luego hubo chicas que me dijeron que esto era una tontería, por cierto; pero sigo). Era toda una paradoja ser tan deseable que el deseo mismo se daba por vencido, calculando que la valía de esa mujer en el mercado sexual era tan desorbitada que tú como hombre no eras digno de acercarte siquiera a ella. En cierta medida, esto conectaba con lo que me había confesado mi amiga Carmen, con ese: "No tengo amigos". En realidad, tiene todo el sentido, como cuando algunos escritores jóvenes o inéditos o sólo publicados en editoriales muy pequeñas confesaban que ni siquiera le mandaban sus libros a Anagrama, porque el sello les imponía demasiado.

Mi amigo periodista encontró otro ejemplo. Una cantante muy famosa se había prendado en un bar del camarero, y simplemente se acercó a él y le propuso irse de copas juntos cuando acabara de trabajar. El camarero le contestó, sonrojado: "No puedo. Eres demasiado mujer para mí".

Parecía bastante probable que ser tan deseada, lejos de facilitar relaciones o ligues, los entorpeciera de hecho y fatalmente. La sexualidad cierta de las tías buenas me parecía un gran misterio, y la posibilidad de conseguir que alguna me la contara, una quimera. "Tu libro es", me dijo mi amigo al despedirse, "el proyecto más genial que se le ha ocurrido nunca a nadie para ligar". Y se rio.

Sonará cándido, pero no lo había pensado hasta ese momento. De hecho, mi libro me parecía el proyecto literario más difícil de mi carrera, porque todos los demás los había llevado a cabo íntegramente en mi casa, consultando como mucho internet, y en este caso debía hablar –para que el libro fuera mínimamente serio– con decenas de personas, la mayoría de ellas desconocidas y no poco intimidantes.

Hablé de *Tía buena* con mi amiga Ana, que me dijo tener una amiga *influencer*, y que podría ponerme en contacto con ella. Obviamente no todas mis amigas eran guapísimas, y cuando era obvio que no eran guapísimas o no tenían veinte años o la maternidad había dejado muy atrás sus años más lozanos, ellas mismas se encargaban de ponerse un tanto orgullosas, señalar que estaban estupendas para tener más de 40 años, o de que un día quizá fueron esa tía buena que yo andaba buscando. Esto era algo incómodo y dulce. Las chicas a las que yo les decía abiertamente que me parecían muy sexies, y que por eso quería saber qué pasaba por su cabeza desde la condición de mujer muy deseada, me creaban la duda de si no parecía que trataba de ligar con

ellas. Las chicas a las que no se lo decía porque no las encontraba tan guapas, pero cuya opinión, como es obvio, también quería recabar, se sentían de pronto concernidas más allá de mis propias proyecciones. Es decir, en cierta medida, toda mujer tenía algo que decir *en primera persona* sobre estar buena. Esto me pareció muy estimulante, esta inclusión propia en un subgrupo femenino en principio no muy prestigiado.

Me acordé, en medio de estos conflictos (decirle a una mujer que quería yo saber cosas de mujeres muy guapas cuando a ella misma –se sobrentendía– no la incluía en esta categoría), me acordé, digo, de un viejo amigo, ya perdido, que pintaba. Resulta que una vez, en los años 90, había decidido pintar desnudos, y sin más puso un cartel en algún sitio diciendo que buscaba modelos para pintar esos desnudos. La idea era que fueran a su casa, chicos y chicas, se quitaran la ropa, se dejaran fotografiar durante un buen rato y luego mi amigo haría un cuadro con alguna de esas fotos. La sorpresa fue que decenas de personas se prestaron a quitarse la ropa y ser fotografiadas por un desconocido, ni siquiera un pintor que saliera en *El País Semanal*, sin mayor prevención o escrúpulo, uno diría que con entusiasmo. Quizá obedecía este despendole a cierta vanidad residual en todos nosotros, la vanidad de ser objeto de estudio, material para el arte o, directamente, gente desnuda ante un desconocido, algo poco común y, por ello mismo, excitante.

Había un gesto, una imagen, una pose que, tras muchas horas en Instagram, empecé a estudiar. Necesitaba, me decía, a un francés, a un Baudrillard, que me explicara con frases exactas qué había detrás de esa postura que me tenía tan intrigado. Hablo, en fin, de enseñar el culo.

Así, en el día a día, la evaluación que hacemos del cuerpo ajeno, sea esta evaluación más o menos educada, se lleva a cabo sin la participación expresa de la persona observada. Vemos, calibramos a voleo, en conjunto, o aprovechando un desplazamiento, una inclinación, un despiste. Como es obvio, la coquetería masculina y femenina incluye muchas estrategias para revelar el propio cuerpo a los demás sin que quede claro del todo que eso precisamente queremos hacer, amén de que hay ropa más o menos ajustada, más o menos favorecedora y maquillaje y, claro, ropa de baño y ropa deportiva.

Sin embargo, lo que me parecía clave del concepto tía-buena era posar dada la vuelta, con el culo plantado sin complejo alguno ante el objetivo, y muchas veces haciendo un gesto con las manos que llevara, por si acaso se perdía, la

vista del espectador hacia ese trasero. Esa explicitud me fascinaba.

Pregunté por esto a mi amiga Ana y me habló de su conocida *influencer*, que le daba una explicación muy sencilla: trabajo horas en que mi culo sea bonito, alto, duro, y quiero que la gente lo vea. Es decir, no bastaba con que ese trasero trabajado fuera su orgullo, ni con que los chicos se lo miraran cuando ella no se daba cuenta, sino que había que explicitar ese orgullo dadas las horas de esfuerzo que una empleaba en esa parte del cuerpo.

Esto, como es obvio, no me bastaba. Quería una noción más compleja, pues ese gesto de mostrar el culo me parecía a mí que rompía, como quien dice, la cuarta pared, al decirnos: sé que esto es lo que miráis y lo que queréis mirar, así que miradlo, que no pasa nada. Ese señalamiento propio, esa forma directa de abordar la mirada del hombre, se me antojaba a mí, además, que podía distinguir a una chica atractiva de aquella que decidía ejercer como tía-buena.

Una mujer a la que había conocido hace años me vino de pronto a la cabeza, pensando estas cosas tan elevadas. Se llamaba Leire y tenía conocimientos curiosos de antropología y sociología, se consideraba feminista rebelde o expulsada de la causa, y además solía provocar de alguna manera desde sus redes sociales, con fotos o vídeos donde aparecía practicando yoga. Por si fuera poco, se había abierto por aquellas fechas una cuenta en OnlyFans, que era como la red social donde las tías buenas capitalizaban sin ambages la mirada masculina, y era dueña de una empresa que ofrecía masajes tántricos. Sonaba bien quedar con ella a ver qué tenía que decirme sobre *Tía buena*.

Como era ya mi práctica habitual, le dije –en una terraza por Atocha– que estaba escribiendo un libro y que le iba a recitar el título y subtítulo, dado que con eso tendría claro a mi juicio el objeto de estudio. Así lo hice y la idea le encantó. Esto, como digo, era realmente lo que me daba fuerzas o, menos dramáticamente, justificación para seguir indagando, convencido de que no era tan, tan estúpido escribir un ensayo de este tipo.

"Enseñar el culo es desmantelar el ritual", estableció Leire. Había que entender, en efecto, que existía un ritual o proceso de cortejo, unas estrategias de coqueteo donde el subtexto, el sobreentendido y la acción indirecta resultaban centrales. Así, "enseñar el culo" lo destruía por completo, era como empezar por el final, algo que abocaba a los hombres a un nuevo escenario en el que yo creo que, en realidad, estaban bastante incómodos. ¿Qué hago *ahora*?

¿Qué hago *con esto*? ¿Qué me quiere decir *diciéndomelo todo*? No es arriesgado plantear incluso si esta situación no obliga a los hombres a cierta involución un tanto simiesca, casi a ocupar el extremo opuesto al que otorgaríamos en una misma línea de comportamiento a, digamos, un caballero.

"Transitar a ser mucho más mujer es una forma de transexualidad", opinó también Leire. No sé cómo, habíamos acabado hablando sobre cirugía estética, que es un asunto en el que derivaban no pocas de estas charlas mías con amigas y conocidas. Diría uno que los hombres mirábamos a las mujeres, con cierta pasividad en el propio hecho activo de mirarlas, y no veíamos, como he repetido varias veces, nada más; las mujeres miraban, en esas mismas mujeres que embobaban a los varones, qué las hacía sexies, concluyendo en numerosas ocasiones que en ese cuerpo espléndido había retoques, y dónde exactamente, y si eran por cirugía o por modificación digital. Era pasmoso todo lo que sabían muchas de mis confidentes sobre cirugía estética incluso si nunca habían pasado ellas mismas por una clínica. No sé dónde lo aprendían.

"Ahora, por ejemplo", me ilustró Leire, "están de moda las cejas gruesas". "Ah". Enseguida me habló de micropigmentación y *microblading*, que eran los nombres de los procesos quirúrgicos destinados a ensancharte las cejas. Nunca pensé que nadie quisiera operarse las cejas, la verdad, o que las cejas finas fueran a caer en desgracia. Había demasiado vaivén en las modas de belleza y eso debía de imprimir en la vida de las adictas a verse guapas un vértigo insoportable, pues había que estar siempre informada y correr a operarse según la última tendencia y luego seguir informada y volver a cambiar de *look* al primer atisbo de obsolescencia en un volumen, un tono o un aderezo.

En general, me ponía nervioso la cirugía estética. Me horrorizaba. Someterse voluntariamente y sin necesidad alguna al paso de un bisturí sobre tu cuerpo era algo que nunca podría entender. Con todo, era una realidad que esas operaciones gratuitas constituían buena parte de la filosofía de la tía-buena, un querer-ser más allá de la propia dote natural y también del natural paso del tiempo sobre tu cuerpo.

Curiosamente, y aunque uno era consciente de que todo puede operarse hoy en día, yo no había considerado que los culos pudieran entrar en ese todo. Por lo que sea, *me creía* los culos que veía, mayormente en Instagram. Pensaba –aunque en realidad lo estoy verbalizando sólo ahora– que el culo era el territorio natural por excelencia, rabiosamente natural, donde no llegaba la

manipulación o el artificio, y que por tanto todos los culos del mundo eran de verdad. Leire y muchas otras después tuvieron la piedad de no burlarse demasiado de mí: "¡Claro que se operan los culos, Alberto!"

Más adelante, la escritora Jimina Sabadú me hablaría de la operación: se tomaba grasa de los muslos y se ponía en los glúteos y "con unas pocas sentadillas cada noche" tu trasero mejoraba a ojos vista.

Como quería dar fuste a mi ensayo, cierto barniz teórico y algo de respaldo intelectual, le pregunté a Leire qué libros me recomendaba con ese propósito. Me citó *Sexual personae*, de Camille Paglia, en concreto un capítulo sobre la Mona Lisa, y también *Historia del erotismo*, de Georges Bataille. Luego pensé si preguntarle por su página de OnlyFans y sobre su centro de masajes tántricos. Y así lo hice.

De esta web, que aún debía estudiar más en detalle, podíamos decir en principio que era el Wall Street de las tías buenas, donde capitalizaban de la manera más descarnada esos cuerpos trabajados durante años. La gente pagaba una cantidad al mes por acceder a fotos y vídeos suyos que, debíamos entender, no podían encontrarse fuera de esa plataforma de exhibicionismo, y que por tanto eran más explícitos, eróticos o excitantes. Leire me contó que su perfil, ya borrado en el momento de la charla, era más bien tentativo, y que no puso nunca fotos que no aparecieran en su cuenta de Instagram. En sus publicaciones hablaba de antropología, algo que seguramente no encajaba muy bien en el conjunto de las publicaciones de las demás chicas. Me explicó además que había unas propinas o similar que permitían a los usuarios pedirles a las chicas vídeos concretos, citas en persona o datos personales. En general, me sonó todo bastante turbio.

Sobre su centro de masajes tántricos (masaje cuyas características yo era incapaz de anticipar), me dio algunos apuntes, ya, realmente, por el morbo (mío). Fue interesante. En este punto, recordé que había un aspecto de las tías buenas que debía tratar en mi ensayo, como era la cuestión de los trabajos, y de que alguien ("la mirada del otro") debía en algunos de estos trabajos seleccionar a fin de cuentas a esas tías buenas y, por tanto, considerarlas como tales desde ciertos criterios e intereses. Le pregunté sobre cómo contrataba ella a sus masajistas, si debían ser chicas guapas, jóvenes, de cuerpos con determinadas características. Me dijo que obviamente tenía que contratar a tías buenas para dar los masajes, porque además la sala de masajes estaba

cubierta de espejos, a fin de que las personas que los recibían (que podían ser hombres solos, mujeres solas o parejas; y los masajistas podían ser hombres o mujeres, aclaremos) apreciaran el cuerpo de la masajista, que ejercía su labor completamente desnuda. ¿Y en qué te basas para considerar que una persona a la que vas a contratar es lo suficientemente atractiva?, le pregunté. "Pues en años de experiencia, claro", me dijo. Es decir –asumo–, en que ella sabía lo que los hombres buscaban, lo que les gustaba y lo que funcionaba mejor en su negocio.

***

Quizá le había contado ya a más de quince personas mi idea y más o menos todas ellas le vieron su gracia. También iba reciclando lo aprendido en nuevas charlas, lo que daba lugar a momentos curiosos. Una amiga, que además se había declarado experta en detectar operaciones y falseamientos ("¡Mira, esta cintura es imposible!", "¡Fíjate en esos ojos, no son reales!", me soltó mientras repasábamos mi cuenta incógnita en Instagram), puso en duda el *bullying* por-ser-guapa que tantas chicas me habían revelado. Consideraba que esas chicas lo decían porque estaba de moda, y que era mentira o, en todo caso, una exageración.

Iba deslizando preguntas sobre estar buena, ser guapa o dejar de ser joven (un asunto que no debía desatender en mi libro, según me recordaba cada dos o tres semanas) en todo encuentro con mujeres en el que me hallara, muchas veces sin venir a cuento y para sorpresa de algunas. Una editora me confesó algo que me enterneció. Dijo: "Durante años he pensado cómo sería ser delgada, de manos finas, guapa, y tener a todos los hombres mirándote. Me moriré sin saberlo".

Coincidió además este momento con la publicación de un nuevo libro mío y, por tanto, con algunas entrevistas en prensa. Algunas periodistas me entrevistaban y, a renglón seguido, yo las entrevistaba a ellas. Una me contó una llamativa teoría.

Después de revelarle la estrambótica idea que tenía para mi próximo libro de no ficción, y de hablar, en efecto, de tías-buenas, donde yo propuse que, en todo caso, cualquier mujer preferiría ser muy guapa a ser fea, ante lo cual ella argumentó que lo mejor era ser "normal", me hizo saber que a lo largo de su vida se había acostado con un número determinado de hombres única y

exclusivamente porque le parecían interesantes. O quizá dijo "inteligentes". Luego me habló de su novio, que presumía, además muy específicamente, de "haberse acostado con muchas tías buenas", ante lo cual ella le decía: "Y yo me he acostado con muchos hombres interesantes. ¿Quién sale ganando?"

¿Quién sale ganando? Me hizo gracia que esta periodista propusiera comparar una vida sexual jalonada por "pibones" con una vida sexual constituida por amantes con mucho fondo intelectual. Ella estaba muy convencida de que su novio o, en general, cualquier hombre que se diera aires de haberse acostado con muchas chicas monas se perdía en realidad las delicias del sexo con personas, digamos, tan cautivadoras como carismáticas.

Tuve otra entrevista reseñable a lo largo de esos meses. Era para un podcast. Los podcast se habían puesto de moda, como los blogs en su día, y los departamentos de prensa de las editoriales actuaban ante ellos, en efecto, como con los blogs en su momento: como si fueran *El País* o la CNN. Había que atender a un tipo con un blog de mil lectores como había que atender a un podcast de 455 oyentes. Había que atender a todo, por ver si se vendía un libro, que no se vendía, de hecho.

La que me entrevistaba era otra mujer, y me despachó en apenas diez minutos. Pero luego me propuso tomar un café debajo del estudio de grabación, lo que me pareció agradable, porque me notaba yo muy interesado en esta mujer, como si la conociera de lejos.

Debo decir que, después de todo lo que llevo escrito en esta introducción, he concluido que yo mismo soy, a su vez, objeto de estudio para mi libro. De ahí que crea que debo contar lo que sigue, porque hay algo en ello que remite al asunto que nos ocupa.

X, en fin, era una chica muy risueña y, para los criterios que vengo tratando, perfectamente normal. No había en ella nada provocador, ni acaso sexy, salvo el cuello de su camiseta gris oscuro, que, al inclinarse algunas veces hacia adelante, se abría ante mis ojos, aunque nada mostrara, "el arranque de los pechos", que diría Cela, no había nada de eso. Sin embargo, ya sólo la oportunidad obligaba a la mirada, y una de cada dos veces se me iban los ojos, cosa que, lo digo sinceramente, traté de evitar. Veía en X transparencia, en su cara, quiero decir, en sus palabras, me iba sintiendo tan cómodo y bienvenido que empecé a inventarme allí mismo un amor. Yo diría que le gusto a esta chica. Que le gusto a esta chica que me gusta.

No es una cosa que me pase todos los días.

Pero a lo que quiero llegar es a ese momento en el que le revelé el contenido de mi libro. Con algunas mujeres quedé expresamente para ello, para consultarlas; y con otras, se me ocurrió que podía aprovechar el momento para sondear su opinión. Sólo con X reconocí en mi cabeza mis propias intenciones. Quería hablar de tía-buena a fin de tratar con ella intimidades, por nombrar el cuerpo y la atracción y el deseo, como quien echa el producto adecuado con el objetivo de que se revele una fotografía. ¿Estamos ambos sabiendo que nos gustamos? Esa era la fotografía que quería revelar.

La verdad es que no se reveló foto alguna, declaración súbita o beso primero, pero todos nuestros gestos se volvieron de pronto más intencionados, obvios incluso. Ella dijo: "¿Y quién te dice a ti que yo no he sido una tía buena?" A la hora de la despedida, yo hubiera sido incapaz de describir ni desde la más remota precisión el cuerpo de X. No sabía si era delgada, si tenía buen culo, el tamaño de sus pechos, nada. Sólo hablábamos, nos mirábamos la cara, quizá también las manos, un escote que iba y venía, poco más. Yo llevaba puesto mi *hoodie* de 17 euros de HM.

La idea de mi libro le gustaba mucho y me confirmó los padeceres de las adolescentes guapas en el instituto, amén de contarme algunas anécdotas sobre ligues, competencia femenina o situaciones extrañas con invitados a su podcast. Pero todo era irrelevante porque había un runrún percutiendo en algún lugar entre su cuerpo y el mío, como un ruido de fondo de las palabras, que las volvía testaferros. No decían nada las palabras, lo decía ese runrún.

Al levantarse para irse me dijo, muy explosiva: "¡Quedemos otra vez para hablar de tías buenas!" Y se fue. Me dio por mirarme las manos, que puse ante mis ojos por encima del tablero de la mesa. Estaba temblando. No habría temblado tanto ni aunque la mismísima Jennifer Lawrence me hubiera guiñado un ojo desde la mesa vecina.

Supongo que esto es lo que la gente que sabe del asunto llama flechazo.

Fue como no entender nada y estar de acuerdo.

Y así, dos días después, inicié mi relación con X.

Lo que me importa del caso que acabo de comentar, además de la dulzura que me permito al recordarlo, y descartando abundar en esa evidencia de que todas las mujeres tienen algo que decir sobre el concepto de "tía buena", es su cimiento revolucionario. Dicho enseguida: si X hubiera ejercido de tía buena

no habríamos vuelto a vernos. Era la falta de intimidación en su aspecto, el camuflaje del cuerpo, la ausencia de maquillaje, aparte, por supuesto, de una dicción natural en su voz y una inteligencia perfectamente epicena lo que habían permitido que nos comprendiéramos. No había tensión sexual premeditada de uso corriente, opaca. Era una tensión sexual porosa, que iba empapándonos, llevándonos a su terreno. Fue todo hablar. La mirada del otro no tenía mucho con lo que extasiarse, salvo el propio brillo de la conversación en los ojos de enfrente. Era como si diéramos por hecho que no estaríamos tan mal una vez que nos desnudáramos. El cuerpo lo dábamos por amortizado. El cuerpo no podía no estar a la altura de una atracción tan sincera. No había cuerpo todavía, lo estábamos fabricando el uno para el otro, a base de gustarnos sin él.

***

Me acordé en los días o semanas siguientes del comentario de mi amigo periodista: "el proyecto más genial que he visto nunca para ligar". Era un lío, y nada profesional, si acababa uno acostándose con sus sujetos a estudio. Ya había notado yo, como aquí he registrado, mi propia confusión a veces en medio de una charla con una de las mujeres con las que me citaba. Ahora, visto que hablar de tía-buena con una chica podía desembocar en que me acostara con ella, mi titubeante libro recibía un sabotaje inesperado. Podía acabar siendo puro humo, como los poemas de esos hombres que se dicen poetas para subirse al escenario de un bar donde se recita basura únicamente para acabar llamando la atención de alguna chica.

Había hablado del asunto con veinte o treinta mujeres, con cuatro hombres, conmigo mismo cada noche. Andaba ya recabando libros de la biblioteca, comprando algunos también, en esa necesidad que me notaba de darle fondo filosófico al asunto, pilares profundos. Mi siguiente paso debía ser ese: el fundamento teórico, saber qué se había dicho de la cuestión (la belleza, el deseo, la imagen de la mujer, el erotismo y el cuerpo) y enfrentarlo a algo tan zafio como tía-buena.

Había dado por concluida la primera etapa, de tanteo, aproximaciones, aliento. Que diera fin a esa etapa justo cuando había conocido a una de las mujeres más maravillosas de mi vida seguro que no guardaba relación con dejar de quedar semanalmente con tantas chicas.

Aunque hablé de tía-buena con una última mujer.

Mi exnovia y yo nos veíamos a menudo, pero, por mucho que el asunto de mi libro estuviera siendo aireado por mí de forma impropia para mis costumbres, nunca pensé en contárselo a ella. Decirle a una feminista que iba a escribir sobre tías buenas no se me antojó una gran idea. Nos llevábamos bastante bien por aquellos tiempos, pero no creí que fuera a darme ánimos, precisamente. A lo mejor el proyecto que tenía en marcha despejaba todas las dudas que pudiera aún albergar sobre habernos divorciado.

Yo estaba en su casa, charlábamos de buen humor y de pronto solté que tenía que irme a escribir mi libro. Se sorprendió de que estuviera escribiendo y no se lo hubiera dicho. Como es lógico, me preguntó en qué andaba. Hasta ese momento, ella había sido la primera lectora de toda mi obra en la última década.

"No sé si decírtelo. No sé cómo te lo vas a tomar. Como feminista, digo".

"Cada vez soy más feminista, de hecho".

Yo ignoraba que se pudiera ser *más* feminista, la verdad. O que a mi ex todavía le quedaran escalones por subir en ese credo. De todas maneras, se lo dije. Se lo dije utilizando la misma fórmula que había empleado con todas las demás, con esas dos decenas de mujeres con las que, según le anticipé a mi ex, ya había hablado.

"Mira, te suelto el título y el subtítulo y con eso lo pillas enseguida. *Tía buena. Una investigación filosófica*".

"¿Y a mí no me vas a preguntar?"

Interludio filológico “Tía buena”

De las charlas y encuentros con amigas y conocidas me llevé también cierta confianza en el término elegido para mi libro: tía buena. Era indudable que todo el mundo había entendido lo que quería decir con esas palabras, pues nadie pidió más datos, una definición concreta por mi parte. Enseguida se lanzaban las mujeres a darme su opinión, sin pararse a pensar qué sería una tía buena exactamente para mí, o qué era para ellas, o en qué medida podía diferenciarse de ser simplemente guapa, joven, sexy o famosa. Quiero pensar incluso que, para ellas –mujeres de entre los veintimuchos y los cuarenta y muchos–, “tía buena” constituía una suerte de mito personal, una condena, una aspiración o una némesis. Bastaba decir “tía buena” para que se activara en cada una de mis interlocutoras una imponente torrencialidad testimonial, un tener mucho que decir sobre el asunto.

Cuando la idea de este libro era sólo una ocurrencia, resultó que conocí a un escritor debutante que me citó un día para vernos y me regaló un libro. Era *Diccionario para pobres*, de Francisco Umbral, edición de 1977. Como había leído quién sabe si más de sesenta o setenta libros de Umbral, y no conocía este, me pareció un regalo acertadísimo. La edición, además, era de aúpa, con fotografía en la cubierta firmada por María España. Se veía a una muchacha joven en camiseta de tirantes sentada en un orinal; comía media barra de pan con lomo mientras hojeaba el voluminoso *Diccionario ideológico de la lengua española*, de Julio Casares. Un atisbo del destape, de una época sexualmente montaraz.

El libro apenas lo abrí, pues lo cierto es que lo dejé enseguida sobre una

mesa en mi habitación, junto a otro montón de libros, durante dos meses o más, sin prestarle mayor atención. Siempre tengo mucho que leer.

Pero una noche, dándole vueltas a mi tontería, tuve una iluminación de las que me son propias, o sea, una iluminación muy de andar por casa y normalmente infructuosa. Diccionario. Entradas. Orden alfabético.

Saqué el libro de la pila donde se prensaba su pequeñez y me fui hasta la letra T. Y ahí estaba: "Tía buena".

De pura felicidad, sentí como si yo mismo empezara a brillar en la penumbra de mi cuarto. Una nueva señal daba alas a la idea de escribir este libro.

La definición de Umbral, que cubre casi al completo la página 157 de su diccionario, se compone de chistes a vuela pluma, con la virilidad reconocible de la época y el estilo acanallado aún más reconocible en su autor. Pero decía un par de cosas que yo mismo andaba masticando sobre el concepto. "Por tía buena se entiende exactamente la que ejerce como tal", constaté. Y luego: "Tía buena es la que se viste para su buenez". También se hablaba de descapotables y de lugares de Madrid con mucho boato o distinción, como Goya, Serrano o la mítica "Costa Fleming".

Es decir, en la tía-buena concurrían, ya en la visión umbraliana de los años setenta, la voluntad de serlo, de vivir para ese rol, y la propensión a asociarse con el lujo, como si, luego de decidir presentarse ante el mundo como tía-buena, hubiera que exhibir el éxito de dicha elección, que no consistía en otra cosa que en una vida regalada (fuera cierta o minuciosamente falsificada). En algún sentido, rodearse de lujo era para ellas una suerte de legitimación moral.

¿Cuándo se habría acuñado el término "tía buena"?, empecé a preguntarme. ¿Y dónde? Yo llevaba escuchándolo toda mi vida, ya habían caído en desuso, en los años ochenta y noventa, al menos para mi generación, expresiones como "real hembra" o "maciza" o "jamona". Aunque, ahora que lo pienso (sirva el dato para investigaciones futuras de quien tenga a bien meterse en estos jardines), sí recuerdo *empezar a escuchar* el calificativo pibón –que nunca he sabido si se escribe con B o con V– a finales del siglo XX, que asumo importado desde Argentina. Recuerdo perfectamente empezar yo mismo a usar pibón, y darme cuenta de ello, además.

Pero tía-buena, filológicamente, no era fácil de acotar[2]. Una búsqueda directa en Google no llevaba a la solución inmediata, a un primer uso, incluso

a una autoría: quién sabe si una canción, una obra de teatro o un lance televisivo había dado origen a esta locución. Estimaba que no podía remontarse más allá de los años cincuenta, pero dudaba sobre si tía-buena se estaría utilizando profusamente antes de la llegada de la democracia. En caso de ser un apelativo sexual popularizado en los años setenta, eso tendría cierta carga política interesante. Si venía de los años cincuenta o sesenta, habría que admirarse ante su supervivencia, además en plena forma, hasta hoy mismo.

Las palabras "tía" y "tío" proceden del griego *theios* a través del latín vulgar *thius*, según indica el diccionario de la Real Academia. Son palabras utilizadas primeramente para señalar un vínculo familiar. En las diversas ediciones del diccionario podemos encontrar que su significado incluiría también a personas "rústicas y groseras", o a un suegro o una mujer casada. Es en 1992 cuando se incorporan dos acepciones relevantes: "apelativo equivalente a amigo, compañero" (ídem, "amiga, compañera) y: "apelativo con que se designa a la mujer de quien se pondera algo bueno o malo" (ídem: *tío*). Apoyándose en este último giro semántico se generaría "tía-buena".

Es decir, una vez que "tía" pasa a servir de rampa de lanzamiento de una consideración sobre una mujer ("qué tía tan lista", "no trago a esta tía"), puede llegarse al uso sexual que encontramos en "tía buena". El adjetivo "buena" debe interpretarse como un desplazamiento o contaminación natural de los piropos de determinada época, como son "estar más buena que el pan", "estar como un queso" y similares. La comida está buena, las personas "están buenas" a su modo. Un "tío bueno", una "tía buena".

Todo esto lo digo desde la pura especulación de aficionado, como es evidente.

Algunas pistas encontradas en la red, como son unos aparatosos "repertorios léxicos del habla culta madrileña" o "encuestas léxicas del habla culta de Madrid" realizados en los años ochenta por el CSIC, así como la inclusión de "tía buena" en listados de piropos, me llevan a plantearme la hipótesis de que tía buena –surgiera en la década que surgiera– procede del galanteo popular de Madrid. "Tía fetén, cañón, bombón, mujer de bandera, monumento, jaca", etcétera serían la constelación de la que "tía buena" formaría parte. De alguna manera, estaríamos también ante la única expresión de este tipo llegada hasta nuestros días sin la costra castiza o demodé, aprovechando la transparencia semántica de las palabras que la componen, sencillas como el agua corriente.

Tía. Buena.

Su incorporación en la narrativa española podría muy bien resultar casi simultánea a su difusión popular. De este modo, el rastro más antiguo que he encontrado de "tía buena" en una novela española nos lleva a 1957, lo cual es sorprendente. Ya en *Los pecados de la calle*, de Santiago Ainarza, aparece:

"Los cuatro señoritos se dirigen, fachendosos y perdonavidas, al lupanar (…) –¡Hola, tía buena!"

En una novela mucho más reconocida de aquella década figura también la locución popular:

"–No tengo tiempo para ello. ¿Sabes qué necesitas tú? Una tía buena.

–Me cansan las mujeres.

–Pero una buena de verdad. No una zorra cualquiera. Las zorras, para los dependientes".

Se trata de *Nuevas amistades*, el debut de Juan García Hortelano en 1959. Sin embargo, cabe la posibilidad de que en el pasaje transcrito "tía buena" quiera decir "mujer bondadosa" o "una buena chica", del mismo modo que en novelas anteriores podemos encontrar "tía buena" referido a ese familiar por parte de padre o madre y a su talante grato y generoso. Es difícil, en algunos textos de la primera mitad del siglo xx, comprender el sentido exacto de la expresión. En unos *Cuentos aragoneses* publicados por la Diputación provincial de Zaragoza en 1946 parece claro que no se emplean esos términos en el sentido que busco: "Pues yo no doy más de seis duros y medio, tía buena, dijo entonces el señor Vicente". En un número de 1948 de la revista *Criterio*, leemos: "La familia desquiciada donde todos han sido mal criados y a la que la presencia de una tía buena…" No ofrece más texto Google Books, donde estoy realizando mi pesquisa. ¿La presencia de una tía buena en esta familia conflictiva señala a una mujer muy atractiva o efectivamente a una tía, hermana del padre o de la madre, que es buena persona?

Tampoco en *El arco tendido* (1959), de Leticia Salinas, queda del todo claro el sentido: "Gracias, tía buena. Ya sabía que podía creer en ti. No digas a nadie que te la he pedido".

En los años sesenta, "tía buena" aparece con más contundencia en la narrativa española. O sea, con salacidad evidente. "No ves la tía buena en bañador, sólo reflejos". (*Los importantes*, Francisco Candel, 1961); "¡Guapaza!, ¡morenaza!, ¡tía buena!" (*La hondonada*, Jesús Izcaray, 1961); "Porque no me

da la gana, gentil señorita, sazonado bombón, tía buena" (*Viaje al Pirineo de Lérida*, Camilo José Cela, 1965); "El resto del mujerío lo integraban Fefa Conquistas, euskara de buen ver (dos metros de tía buena, según Tomás Sepúlveda)..." (*Historia de la vida del hedonista Don Álvaro de Ulloa: espejo de snobs*, Alfonso de Figueroa y Melgar, 1966).

En 1974, Jaime Martín Martín incluía "tía buena" en su *Diccionario de expresiones malsonantes del español* y, poco después (1976), Cela hacía lo propio en *Enciclopedia del erotismo*. La expresión abundará en la narrativa española de los años setenta y ochenta, y también en la posterior. Según me recuerda Google Books, yo mismo la empleo en mi primera novela, *A bordo del naufragio* (1998).

En un número de la revista *Blanco y Negro* de 1977, la actriz Eva León –entonces, 29 años– declaraba: "Soy una actriz, no una tía buena". El periodista nos informa de que, "después de hablar largo rato sobre el tema", Eva León añadía: "¿Por qué una tía guapa no puede hacer gracia?"

***

Después de escribir lo que figura más arriba, había que reconocer mi fracaso a la hora de encontrar el origen de la expresión tía-buena. Tampoco era tan probable que ese origen tuviera una fecha concreta, una autoría determinada, y sí que tía-buena fuera, como tantas otras, una expresión popular de espontaneidad irrastreable.

Con todo, escribí a algunos amigos de más edad por ver si, al igual que yo con "pibón", eran capaces de recordar un momento en sus vidas en el que esta forma de apelación a las mujeres se pusiera de moda, o en el que ellos empezaran a utilizarla. Resultó algo embarazoso preguntarles por esto a hombres respetables y de unos 70 años, que, además, o no me contestaron o lo hicieron sin mucho entusiasmo ni aportación significativa. Andrés Trapiello (1951) me dijo: "Yo no tengo ni idea".

Sin embargo, Trapiello me puso en contacto con el lexicógrafo Pedro Álvarez de Miranda, de la Universidad Autónoma de Madrid, lo que me pareció tan generoso como sonrojante. Ahí estaba uno, acudiendo a un catedrático de lengua española para que le contara qué sabía de "tía buena".

En los mensajes que cruzamos, le dije que no había prisa, lo que no era sino una forma de decirle que no había derecho a que alguien viniera a robarle su

tiempo para hablar de tías buenas. Él me subrayó en su respuesta la poca urgencia que yo mismo daba al asunto, lo que me dio a entender que quizá el catedrático tenía, increíblemente, cosas mejores a las que aplicar su sapiencia.

Pensé que aquí acababa mi aventura filológica.

Sin embargo, no habían transcurrido doce horas (esto es, una noche) cuando me llegó un mensaje suyo con un archivo adjunto de cuatro páginas. "Yo estas cosas o las hago a fondo o no las hago", empezaba. También me daba permiso para utilizar sus averiguaciones en mi libro. Fue hermoso.

Se me había pasado, para empezar, que en el diccionario de la RAE de 1992 aparecía el objeto de mis obsesiones en "formas complejas". En efecto, ahí figuraba tía-buena como: "Mujer que tiene un físico atractivo". Según Álvarez de Miranda, ni esta definición ni la que nos habla en "tío, tía" de "ponderar algo bueno o malo" estaban en el diccionario anterior, el de 1984, lo cual, lejos de indicarnos que el uso popular de tía-buena sea cercano al año 92, constata que los diccionarios son registros en diferido. Este mismo diccionario del 92 incorporaba también "tío bueno".

En la edición de 2001, *tío* y *tía*, que aparecían separados en los anteriores diccionarios, comparecen bajo un lema único con flexión de género, *tío, a*. Y en el siguiente, el de 2014, se marca una sutil diferencia: mientras decir "qué tío tan listo" o "qué tía tan valiente" es considerado "coloquial", decir "tía buena" o "tío bueno" se señala como "vulgar".

Siguiendo al catedrático, es Manuel Seco, junto a Olimpia Andrés y Gabino Ramos, en su *Diccionario de español actual* el que endulza un poco la vulgaridad de tía-buena al calificarlo como "piropo".

Después, Álvarez de Miranda encontraba algunas referencias que yo ya había anotado: el *Diccionario de expresiones malsonantes del español* (1974) y la *Enciclopedia del erotismo*, de Cela. Pero añadía *Historia del arte frívolo*, de Álvaro Retana, en un más lejano y, por tanto, estimulante 1964. Revisando el recorte que me adjuntaba podríamos llegar a pensar que "tía buena" se remontaba incluso hasta el año 1900:

La Chiclanera

El ejemplar perfecto, solemne, histórico, de la cupletista o bailarina andaluza de 1900 era una individua hermosota, de exuberancia bien modelada, con la solidez del monasterio de El Escorial y agraciado rostro. Si a esto se agregaba expresividad que percibiría un ciego, la ciudadana en cuestión lograba hacer pasar por arte cuanto en realidad sólo era personal encanto.

La Chiclanera alternaba los tanguillos gitanos con las danzas orientales y al salir a un tablado portadora de un velo evocador de las huríes mahometanas y tras insinuantes balanceos dejaba caer el velo comparable a una nube velando el sol de su hermosura, los chavales de la «claque» sollozaban angustiados:

—¡Tía buena! ¡Tía buena! ¡Tía buenota!

Pero La Chiclanera, sorda y muda para lo que no fuera su danza, recogía su velo y hacía mutis muy seria, como si fuese a una cita con Mahoma. Y los mercenarios del aplauso se quedaban con cuarenta grados de calentura y renegando de Aláh.

En el capítulo de su libro dedicado a La Chiclanera, Álvaro Retana describe el alborozo masculino durante sus actuaciones en el año 1900 y cómo las danzas y contorsiones de la artista llevaban a la claque a gritar: "¡Tía Buena! ¡Tía buena! ¡Tía buenota!" Pero no es improbable que el piropo ambiental sea de la propia cosecha de Retana, desde una imaginación aposentada en los años sesenta, y que en 1900 le gritaran otras lindezas a La Chiclanera.

Finalmente, la indagación del catedrático tocaba fondo, el suelo mismo del tiempo y la palabra. Nos íbamos nada menos que hasta el año 1867. De esa fecha era un poema titulado "La verbena" (en relación con la de San Juan). Su autor: Eusebio Blasco, tan prolífico como olvidado. El romance apareció en el periódico *Gil Blas*, el 23 de junio. Nos fijamos en este fragmento:

¡Viva el rumbo madrileño,
vivan las niñas con sal!
A un ladito, caballeros,
déjenmela *ustés* pasar,
que si yo fuera de tropa
tocaba la marcha *rial*.
Échese usted fuera, *rubio*,
que aquí va la *mar salá*.

¡Aire, cabayeros, aire!,
¡bueno!, ¡no vale tocar!
Anda sin cuidao, muchacha,
que nadie nos hace *ná*.
Pide por esa boquita.
¡Tía buena!, ¿quioste parar?

"¡Tía buena!, ¿quiere usted parar?" Esta es la referencia más antigua del uso de tía-buena en el sentido que hoy mismo le damos. O sea, que la cosa bien puede tener 150 años de vida, supongamos que al principio como locución de cabaret, luego en competencia con muchas otras formas de motejar a una mujer destacadamente atractiva y, desde los años setenta, como lugar común para señalar a las chicas o mujeres más deseadas en un determinado entorno.

SEGUNDA PARTE
Una investigación filosófica

–Su marido pone el póster de una chica guapa en la pared.
–No le dejaría. Yo debería bastarle.
Blade Runner (1982)

I. El mito de la belleza

1.

En *Engaño a Zeus*, dentro del canto XIV de *La Ilíada*, se describen los preparativos de Hera para seducir a su marido, el dios supremo del Olimpo. Hera se viste con primor, se maquilla, elige joyas y se unta el cuerpo con aceite. El aedo sigue el proceso paso a paso, casi con asombro: "Ungido el hermoso cutis, se compuso el cabello y con sus propias manos formó los rizos lustrosos". La intención de la diosa es acostarse con Zeus y conseguir que se duerma. Así evitará que siga interfiriendo en la guerra a favor de los troyanos, dado que ella está de parte de los griegos. Para resultarle irresistible a su propio marido, pide ayuda a la hija de este, Venus, y también a Sueño. No parece suficiente con todo lo que ha hecho ella sola. De la primera recibe un cinto que "encierra todos los encantos", incluido el don del lenguaje amoroso; de Sueño, la promesa de que dormirá a Zeus en cuanto terminen el encuentro sexual. La escena, desde sus coordenadas fantásticas y olímpicas, no deja de reflejar el enorme trabajo que recae desde tiempo inmemorial sobre una mujer cuando quiere estar muy guapa y hacer que los demás lo aprecien. Nos habla también de las intenciones aparejadas a todo acicalamiento. Incluso señala la necesidad de cierta colaboración externa.

Me acuerdo de este pasaje de *La Ilíada* mientras arranco con la documentación para mi libro. Dado que *Tía buena* no me parece ya un ensayo completamente disparatado, veo necesario darle espesor teórico. Me sorprende la cantidad de libros que me apetece leer porque, en el fondo, tratan este

mismo tema. Libros sobre erotismo, sobre sociología y fotografía; sobre biología y pintura; testimonios personales, obras narrativas. Aunque los ensayos suelen proponerse desde una avasalladora inflación de lecturas, no es posible leerlo todo. Algo tan simple y, en principio, frívolo como "tía buena" me invita a revisar prácticamente el conjunto de la cultura occidental escrita desde Homero. Mujeres guapas, mujeres maquilladas, mujeres miradas. También es verdad que me intimida menos pasar muchas horas en mi casa leyendo que ir preguntando por ahí cómo es eso de ser una tía buena.

Después de algunas incursiones frustrantes, llego a una referencia que me suena idónea: *El mito de la belleza,* de Naomi Wolf. Este clásico del feminismo sólo puede encontrarse en una biblioteca de la ciudad, muy alejada de mi casa, así que lo compro. El libro es de 1990 y me servirá para calibrar el asunto de la mujer sexualmente icónica antes de la llegada de Internet.

Enseguida me anima que el mito de la belleza contra el que arremete Naomi Wolf se circunscriba a un marco temporal idéntico al de tía-buena según lo estableció Fernández Miranda en su email: desde mediados del siglo XIX al presente. En este periodo, la belleza femenina pasó de ser algo abstracto, poético o incluso secreto a convertirse en una obsesión, sentencia Wolf.

Los principales detonantes de este torbellino visual fueron la invención del daguerrotipo y de la fotografía, y después del cine. Alrededor de 1840 aparecieron los primeros desnudos fotográficos, siendo las modelos prostitutas, y también los primeros anuncios comerciales que empleaban a chicas atractivas como reclamo. Este material no haría sino aumentar década a década.

La llegada del cine a finales de siglo disparó las posibilidades de la imagen sensual, y ya en 1896 el filme *El beso* dio comienzo a la compleja y monomaniática relación del cine con el sexo y, sobre todo, con el cuerpo de las mujeres. El primer desnudo integral femenino de la historia del cine es de 1933. Hedy Lamarr, que entonces contaba 19 años, aparecía desnuda durante veinte minutos en la película *Éxtasis*, donde también fingía un orgasmo. La película fue prohibida en muchos países. Donde no fue prohibida tuvo mucho éxito.

Wolf no parece desacertada al señalar que este exceso referencial abonó las primeras vivencias especulares de las damas, pues de pronto podían estar siempre comparándose con otras, con las mejores, las más perfectas, las más

deseadas. Ahora había arquetipos, siluetas femeninas que incidían masivamente sobre la mirada de los hombres. Se iba al cine a ver a una mujer, su cuerpo, su clase, su ropa, aunque nadie lo reconociera o se diera cuenta siquiera. Los hombres aprendieron a soñar todos con las mismas mujeres inalcanzables y a buscar a su alrededor mujeres de carne y hueso que les recordaran a ellas. En los años veinte ya eran populares las *pin ups*, en calendarios, portadas de revistas y afiches. En la década siguiente, Betty Boop fue descrita como "el primer *sex symbol* animado". Para mediados de siglo, era habitual hablar de "sex symbols" y "bombshells", o calificar a una actriz como "el animal más bello del mundo". Tanto Marylin Monroe como Brigitte Bardot estrenaban cinco películas al año. La mirada de los hombres sobre las mujeres sería una de las fuerzas motoras del siglo, con toda una variada industria detrás; así como la mirada de las mujeres sobre otras mujeres y, al cabo, sobre sí mismas.

2. La trastienda de una imagen

La tentación vive arriba (1955) no suele considerarse entre las mejores películas de Billy Wilder. Sin embargo, generó una de las imágenes más conocidas y paradigmáticas del siglo xx: Marilyn Monroe tratando de apaciguar con las manos el vuelo de su vestido, que las corrientes de aire del Metro elevan escandalosamente mientras ella permanece de pie sobre una rejilla de ventilación.

La imagen –no propiamente la escena– ha sido vista por miles de millones de personas innumerables veces durante sus casi siete décadas de existencia. Aparece en muchas películas, imitada y homenajeada. Los restaurantes de hamburguesas recurren para su decoración a una estatua de tamaño natural de Marilyn en esa pose. Se han hecho llaveros, camisetas y pósteres. Un repaso visual del siglo xx incluiría sin duda esa imagen de Marilyn Monroe tratando de que no se le vea la ropa interior.

Detrás de esta estampa icónica hubo una premeditación necesariamente inmisericorde que el correr de los años ha confirmado en su impunidad. Sólo vemos ya la imagen chispeante, pícara y feliz de Marilyn. Diríamos que la actriz se lo pasó en grande rodando la escena. Se trata de un percance típico de las grandes ciudades que, protagonizado por ella, pasa de accidente menor a alegoría libidinosa.

Sin embargo, no hay nada de jovial, improvisado o divertido en todo lo que

rodea la construcción de esta estampa.

Primero debemos pensar en la explotación que el estudio cinematográfico buscaba hacer del fichaje de la actriz, con la ayuda del director y de los guionistas del filme. La 20th Century Fox produce una película de temática ligera (la inclinación a la infidelidad del hombre casado transcurridos siete años, según su título en inglés: *The seven year itch*) cuyo papel de vecina seductora ha recaído en la mujer más sexy del mundo. No basta con filmarla, hacerle decir frases tontas o seguirla hasta el cuarto de baño. Hay que crear situaciones inéditas de sensualidad inolvidable.

Seguros de que el erotismo atrae espectadores a los cines, y teniendo en cuenta los límites morales de la época (estamos en los años cincuenta), el equipo creativo de la película debió de sentarse en algún momento alrededor de una mesa y sopesar crudamente cómo exprimir el atractivo de Marilyn Monroe. Sería muy jugoso contar con testimonios de las numerosas ideas más o menos disparatadas que se les fueron ocurriendo a Billy Wilder y a su coguionista, George Axelrod. Finalmente, recurrieron a lo más sencillo: el engorroso momento provocado a diario en las calles de la ciudad por la combinación de un tren que pasa bajo tierra y una mujer con falda que se encuentra justo en ese instante sobre una rejilla.

La escena se rodó primeramente en la esquina de Lexington Avenue con la calle 52, en Nueva York. Fue de madrugada. La fotografía que pasó a la historia la tomó durante esa noche Sam Shaw. Durante la filmación, se concentraron en la calle mil quinientos hombres y ciento cincuenta fotógrafos.

Se rodó durante varias horas. El público gritaba "más, más", vitoreaba a Marilyn y desahogaba toda su excitación con gestos y silbidos. Entre el gentío allí reunido, estaba de hecho el marido de la actriz, el ultraconservador jugador de béisbol Joe DiMaggio. Se habían casado unos meses antes.

Este revuelo se tomó como algo natural, prueba evidente de la energía erótica que desprendía entonces Marilyn Monroe. Billy Wilder recordaba en una entrevista el jaleo que se montó en torno al rodaje de esa escena, y llegó a calcular en diez mil el número de hombres que habían descubierto accidentalmente que la mujer más deseada del planeta iba a mostrar sus bragas de madrugada en una calle de Nueva York.

Lo cierto era que el equipo de publicidad de la 20th Century Fox avisó en prensa no sólo de la hora y el lugar donde se filmaría la escena, sino de que esa

escena incluía el alzamiento de la falda de Marilyn Monroe. Se leía en el periódico: "Marilyn Monroe va a ser filmada con la falda levantada, casi como en una atracción de Coney Island, en Lexington Avenue". Así, no era que algunos noctívagos de la ciudad se hubieran encontrado con Marilyn Monroe a las tres de la mañana enseñando las piernas, las bragas y el culo, y hubieran llamado a otros hombres, sacándolos incluso de la cama, para arracimarse todos lúbricamente alrededor de la estrella de Hollywood, sino que los estudios de cine habían querido que eso exactamente sucediese. La grabación de la escena tenía como objetivo promocionar la película antes incluso de que se terminara de rodar, así como obtener la imagen de Marilyn que aparecería en el cartel del filme. De hecho, la escena volvería a rodarse en Los Ángeles, reduciendo la filmación en Nueva York a un circo publicitario de consecuencias domésticas desastrosas.

El rodaje se llevó a cabo el 15 de septiembre de 1954, y el 5 de octubre *The Daily News* tituló: "Marilyn rompe con Joe debido a las fotos sexies". Esa misma madrugada del 15 de septiembre DiMaggio y Marilyn se pelearon en el hotel St. Regis debido a lo que acababa de suceder. Aunque el material obtenido de la filmación guardara el recato, los cientos de hombres apostados en Lexington Avenue habían podido ver claramente y durante un buen rato las piernas de Marilyn, sus bragas blancas por detrás y por delante, el culo de Marilyn, su vestido, en fin, subiendo y bajando decenas de veces. Joe DiMaggio, de carácter tradicionalote, no había podido soportarlo. La pegó, según diversas fuentes, en aquella habitación de hotel.

El éxito de la película de 20th Century Fox le había costado a Marilyn Monroe una paliza y un divorcio.

Según Norman Mailer en su biografía de la estrella –y esto es clave para entender la evolución del cuerpo de la mujer como producto de consumo–, Marilyn cobraba en esos tiempos 50.000 dólares al año y generaba unos beneficios de 25 millones de dólares. Su fama era tan lucrativa para la industria como problemática para ella.

De hecho, en 1953 había protagonizado la portada del primer número de la revista *Playboy*. Sin embargo, nunca posó para la revista, que en sus páginas interiores incluía además un desnudo integral suyo. Se trataba de fotos tomadas en 1949, cuando Marilyn intentaba sobrevivir en Los Ángeles con pequeños trabajos y posados marginales. Había aceptado una sesión de

desnudos para un calendario, pensando que nadie la recordaría nunca. Sin embargo, Hugh Hefner, fundador de *Playboy*, supo de la existencia de estas fotos y con una pericia mercantil y una bajeza moral equivalentes se hizo con los derechos para inaugurar con ellas, en pleno ascenso de la actriz, el primer número de su exitosa revista pornográfica.

Marilyn Monroe había cobrado por la sesión 50 dólares.

3.

Los años sesenta son recordados como la época de la apertura sexual, la ropa excesivamente colorida y las películas conceptuales. Según Naomi Wolf, también fue un momento determinante para el aspecto físico de las mujeres. En aquellos años, muchas chicas empezaron a trabajar y a vivir solas. Su incorporación al trabajo representaba un avance social de dimensiones colosales. Sin embargo, los trabajos que les estaban reservados a las mujeres, como el de azafata, secretaria ejecutiva o enfermera, siempre promovían "una imagen comercial y sexualizada". Una mujer trabajando era también una mujer seduciendo. Este plus gratuito de erotismo iba a ir extendiéndose a todo el ámbito laboral, hasta convertir la belleza femenina en un asunto curricular. Es lo que Wolf define como "el requisito de la belleza profesional".

La cima de este patrón laboral llegó en los años setenta, con el conocido dúo de presentadores de noticias donde ella es monísima y él, un carcamal, pero enormemente respetable. Numerosos programas adoptarían con los años idéntica pareja de presentadores por todo el mundo, tanto para espacios de entretenimiento como para concursos o magazines. Ella debía ser espectacularmente guapa; él podía ser feísimo, pero aportaba experiencia, o su vis cómica, o simplemente el contraste con la mujer perfecta que estaba a su lado, generando empatía en la audiencia masculina.

Las mujeres debían ser "lo suficientemente bonitas como para seguir dando las noticias"; al pasar determinada edad, desaparecían. Wolf considera lógicamente que este modelo mediático hizo una mella considerable en la imagen que las mujeres albergaban sobre sí mismas, impacto al que contribuiría simultáneamente la evolución de las revistas femeninas.

En 1960 *Vogue* había creado una sección titulada *Nude Look*, desde la cual se propagó el, de pronto, principal problema de las mujeres y su dilema existencial inexcusable: estar buena[3]. Junto a cuestiones relativas a la ropa, los cosméticos o el estilo de vida, *Vogue* empezó a señalar directamente el cuerpo

desnudo de las mujeres y a encontrar fallos en él, para a continuación aportar los remedios.

Según Mona Chollet en su libro *Belleza fatal*, Naomi Wolf llegó a especificar que la celulitis llegó a Estados Unidos exactamente en 1973, de la mano de *Vogue*. La celulitis era ahora una enfermedad. Georges Vigarello ve en esta obsesión por el defecto físico una identificación inédita entre desnudez y fealdad, que vendría a definir toda una corriente social de nuevo cuño: el cuerpo normal siempre es mejorable[4].

Resulta muy interesante localizar un momento en el que la presencia femenina es adoctrinada esencialmente. Según la autora de *El mito de la belleza*, serían los años sesenta y setenta. De pronto, a los consejos y productos de superficie, es decir, ropa y cosméticos, se sumó un asunto de profundidad, el propio cuerpo. Diversos ramos industriales empezarían a conseguir beneficios estratosféricos a partir de estas derivas, particularmente los relacionados con el ejercicio físico (gimnasios, en suma), la dietética y, sobre todo, la cirugía plástica. Hablamos, no lo olvidemos, de grandiosas cantidades de dinero.

También la juventud como requisito *sine qua non* de la belleza femenina surgió en estos procesos, afirma arriesgadamente Wolf. Como prueba, apunta que en la década de 1960 las azafatas eran despedidas de forma automática al cumplir 32 años.

En paralelo a esta eclosión de la belleza femenina como asunto intrínsecamente ligado al trabajo, y de la necesidad súbita de tener un cuerpo mejor, se originó una campaña contra las feministas del momento. La estrategia consistía en calificarlas invariablemente como feas. Así, las mujeres debían ser guapas y, las que no lo eran o renunciaban a esforzarse por serlo un poco más, acababan en el feminismo.

Aupada su indignación sobre lo anterior, nuestra autora considera que la imposición del cuerpo perfecto sobre las mujeres fue un movimiento calculado para evitar los avances del feminismo. O, en sus propias palabras: “El mito de la belleza, tal y como se concibe hoy, surgió para ocupar el lugar de la mística femenina, para salvar a las revistas y a sus anunciantes de las consecuencias económicas de la revolución feminista”.

Al parecer, la venta de revistas femeninas había bajado casi un 30 % entre 1965 y 1981, dato que Wolf interpreta como un alejamiento por parte de

millones de mujeres respecto del modelo tradicional de compañera hacendosa y coqueta que, al cabo, el feminismo había conseguido poner en crisis. Cuando la mujer "ya casi se encontraba liberada gracias a la divulgación de los métodos anticonceptivos, el aborto legal y la desaparición de la doble moralidad en torno al sexo, esa sexualidad se vio rápidamente reprimida por dos nuevas fuerzas sociales, la pornografía y el sadomasoquismo de la belleza, que surgieron para devolver la culpa, la vergüenza y el dolor a la experiencia sexual de las mujeres".

Para Wolf, este suplicio estético que recaía sobre las mujeres se reforzaría década a década hasta finales del siglo XX, con nuevos ejemplos inalcanzables de belleza perfecta: las *top models*.

4. "Sexy"

En nuestro recorrido en busca de las raíces y características de la tía-buena debemos apreciar que hablamos de un tipo de belleza incitativa. Perseguimos el sentido y la vivencia de esa mujer que decide muy claramente subsumirse en una apariencia de erotismo insoslayable. Audrey Hepburn no sería un ejemplo para nosotros. El elemento imprescindible de la tía-buena no es la elegancia, la clase, tampoco la belleza en sí, armónica, ni un gran gusto en el vestir o el peinarse y maquillarse. El elemento clave consiste en ser sexy.

Nadie consideró nunca que Hera fuera "sexy". Tampoco se calificó de "sexies" a las mujeres del medievo, ni a las mujeres del siglo XVIII, ni aun a las del siglo XIX. Esto es así porque la voz inglesa "sexy" surgió a principios del siglo XX. En un plazo de apenas cincuenta años se inventó el daguerrotipo y la cámara fotográfica, apareció la expresión "tía buena" en España, el término "sexy" en inglés y se creó el cine.

La etimología más o menos oficial de "sexy" establece su primer uso en 1905, aunque no con el sentido que le damos hoy. Sexy era una persona obsesionada con el sexo, absorta en ese asunto. El sufijo *-y* señala una inclinación. Fue alrededor de 1912, y más popularmente en los años veinte, cuando el punto de vista semántico de esta palabra cambió por completo: ahora alguien era sexy porque los demás pensaban en sexo al verlo, no porque esa persona estuviera todo el rato pensando en sexo.

Circula la anécdota, quizá apócrifa, de que fue Rodolfo Valentino la primera persona en el mundo en ser considerada *sexy*. También pueden

encontrarse usos de la palabra "sexy" en textos de 1901 y hasta de 1896, dado que un neologismo puede habérseles ocurrido a varias personas a lo largo de los años y no arraigar en su uso común hasta un determinado momento. *Sexfull* o *sexiness* no tuvieron tanta suerte.

Aun así, no es hasta los años sesenta cuando la voz *sexy* se vuelve realmente popular en el mundo anglosajón, coincidiendo con la revolución sexual, como es lógico. Su uso aumenta vertiginosamente en la segunda mitad del siglo XX, llegando a una suerte de ubicuidad en el siglo XXI, donde ya todo es sexy; es decir, mejor. "The sexiest paper on Earth" era el eslogan de una marca de papel higiénico en el año 2021.

En España, el anglicismo se incorporó también en los años sesenta. Según la herramienta Google Ngram, que dibuja la frecuencia de uso de un término en base a su aparición en todos los libros de un periodo, vemos que en español "sexy" no siguió una progresión regular, como sucede en inglés, pues su popularidad (al menos, escrita) crece hasta los años setenta, donde se produce un estancamiento que dura hasta los años noventa, cuando el término vuelve a coger ímpetu y su frecuencia de utilización no deja de aumentar hasta bien entrado el siglo XXI. *Sexy* se incorporó al Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua en 2001. "Que tiene atractivo físico y sexual", es su magra definición.

Con todo, si les preguntamos a varias personas qué significa *sexy* en relación con una mujer, habrá cierto debate y una nutrida diversidad de pareceres. Algunos dirán abiertamente que ser sexy es "estar buena", otros hablarán de gestos y modos de caminar, de formas de vestir y de exhibirse; habrá quien hile fino y crea sorprendernos con la iluminación de que "la inteligencia es sexy". También podrán nombrarse actrices y mujeres famosas, y mujeres del propio entorno, que a uno le parecen sexies y a los demás no, y que le parecen atractivas a uno por motivos que no es capaz de especificar. Hay, en lo sexy, una anomalía constante, esperándonos, una categoría casi concreta para cada uno de nosotros. Lo sexy como descubrimiento exclusivo.

Considero que, cuando vemos a alguien y le decimos: "Estás muy sexy", estamos diciendo: "Me acostaría contigo". Es decir, sexy es en realidad un eufemismo, una forma de decir sin ofender. Aunque la raíz semántica sea explícita (*sex, sexo*), *sexy* funciona como barrera de obscenidades. Se afirma alegremente que una persona es sexy y nadie se siente violentado. Tampoco el

halago o piropo sexy lleva a alguien a pensar en una invitación explícita al coito. Así, la gente no sabe lo que dice, lo que revela, al emplear la palabra sexy; la gente tampoco sabe lo que le están diciendo cuando la califican de sexy. Es una palabra blanca, alejada del mal gusto y del riesgo, que mitiga su propio significado, cosa que no sucede con "follable", que, en rigor, sería su sinónimo exacto en nuestro idioma.

Para estar sexy, una mujer tiene que mostrar algo, ya sea por destape, ya por ceñimiento. Es el código normalizado del erotismo en nuestro tiempo. Un escote y una minifalda concentran la idea de apariencia sexy que pueda tener hoy la mayoría de los hombres sobre las mujeres. Sin embargo, es mucho más complejo que eso.

Roland Barthes da la clave de lo *sexy* en su libro *El placer del texto*: "Es la intermitencia la que es erótica, la de la piel que centellea entre dos piezas (la camisa entreabierta, el guante y la manga); es ese centelleo el que seduce, o mejor: la puesta en escena de una aparición/desaparición".

Así, lo sexy no es el cuerpo, tomado al peso, desnudo incluso, disponible. Lo sexy es su misterio, una presentación, o como dice Barthes: la puesta en escena. Hay por tanto una ficción aparejada al cuerpo que lo eleva sobre su evidencia estrictamente carnal, haciéndolo atractivo como un derivado de sí mismo. La misma mujer puede parecernos sexy hoy y mañana no, simplemente porque se ha cambiado de ropa. La gente elige momentos para estar sexy y también anticipa situaciones en las que se espera de ella una apariencia sexy, como determinadas fiestas y celebraciones. Hay encuentros sociales que se plantean como exhibiciones simultáneas de capital erótico. Las mujeres, y también los hombres, aunque de forma menos compleja, aprenden qué pueden hacer con su cuerpo en concreto para resaltar en un momento dado su valía como objeto de deseo.

La tía-buena sería esa mujer que decide resaltar su valía como objeto de deseo *a todas las horas del día*.

5.

Si bien *El mito de la belleza* es un libro apasionante, veo en los planteamientos de Naomi Wolf varias contradicciones. También resulta evidente que su argumentación no alcanza a explicar uno de los mayores dilemas sociales de nuestro tiempo: cómo el feminismo y la belleza han acabado dándose la mano.

La primera contradicción en sus postulados tiene que ver con la verdad

establecida de que la vida sexual de las mujeres desde los años sesenta (y, por tanto, no nos olvidemos, *también* la de los hombres) mejoró en comparación con la de las mujeres de generaciones anteriores, entendiendo por mejorar, simplemente, que se practicaba más sexo y con más parejas y de forma menos culpable, perseguida o socialmente reprobada que en el pasado. Que a ello ayudara sin duda el desarrollo de la anticoncepción y la legalidad del aborto nos lleva a un escenario un tanto esquizofrénico donde una serie de hombres y de fabricantes trabajaban *en favor* de las mujeres, al tiempo que otra serie de hombres y fabricantes trabajaban *en contra*, según lo entiende Wolf.

Así, nadie puso límites o impedimentos definitivos a la invención, producción y venta de anticonceptivos, lo cual era bueno para las mujeres, y, sin embargo, con toda la mala fe del mundo, se obligó a las mujeres a estar guapas a fin de que no disfrutaran tanto de la vida. No parece lógico un patrón hegemónico donde, detrás de la industria anticonceptiva, hay hombres dadivosos y "aliados" y, detrás de la industria editorial, hay hombres repulsivos y machistas, como da a entender la autora con su proposición. Seguramente detrás de cualquier negocio solo hay gente que trata de ganar mucho dinero, de crear un producto más o menos necesario que luego promocionará con las armas mercadotécnicas disponibles, al objeto de hacerse rico. *Vogue*, por su parte, sólo querría seguir vendiendo revistas.

Camille Paglia arremetió en su día contra el libro de Naomi Wolf, y contra la propia autora, cuando escribió: "Si quieren entender los fallos de la educación de las universidades de élite, echen un vistazo a *El mito de la belleza*, el libro ese de Naomi Wolf. Hablamos de una licenciada *magna cum laude* por Yale, de una académica con una beca Rhodes, que, sin embargo, es incapaz de escribir un párrafo coherente. (...) Si lees a Lacan es lo que pasa, que se te queda el cerebro hecho puré. Wolf podría decir cosas relevantes. Pero es incapaz. Tiene la cabeza llena de fantasías paranoicas. La educación que ha recibido estaba completamente desconectada de la realidad"[5].

Tampoco está muy claro que ponerse guapa, adelgazar, preocuparse por mantener el peso alcanzado o incluso operarse los pechos o los labios suponga añadir "culpa, vergüenza y dolor a la experiencia sexual" de una mujer. Salvo en casos extremos, verse más guapa no inhibe el deseo sexual. No me atrevería a afirmar que una mujer disfruta menos del sexo si se gusta a sí misma (ya sea incluso porque ha creado una imagen propia al dictado de las revistas de moda

y del canon heteropatriarcal) que si se sabe contraria a estas imposiciones. En resumen, Naomi Wolf fuerza una explicación muy insolvente ante la evidencia de que los avances del feminismo no pudieran hacer nada contra los avances del propio mito de la belleza femenina.

Considerándolo con detenimiento, he llegado a pensar que quizá Naomi Wolf expone sus teorías en un momento en el que feminismo y coquetería se entendían como contrarios. Visto desde este 2022 en el que escribo, donde hay feminismo por todas partes y exposición de cuerpos perfectos de mujeres también por todas partes, y donde muchas mujeres que viven de sus cuerpos perfectos se declaran feministas, debemos asumir que se ha producido una suerte de pacto entre ambos extremos, como indicamos más arriba. En la época de Naomi Wolf y de las primeras feministas enfrentadas al gran poder de los medios de comunicación, la colisión con el canon estético resultaba obligatoria.

Hoy muchas mujeres dedican el mismo tiempo a formarse en teoría feminista, es decir, a leer libros sobre el asunto, ver películas o documentales y asistir a seminarios, que a cuidar de su aspecto físico según los cánones de belleza mayoritarios. Algo que ya no se percibe como una contradicción. De hecho, muchas veces he comprobado en las redes sociales una curiosa bifurcación en la presencia digital de una mujer en concreto. Podría resumirse así: feminista en Twitter, tía-buena en Instagram. Así, en su perfil en la red de micro-blogging no hay ni una sola foto sexy y sí muchas proclamas feministas; y en su cuenta de Instagram no hay ni una sola proclama feminista, sólo fotos sexies. Esto lo anoto por el interés intrínseco del ejemplo, sin el menor asomo de crítica.

La convergencia entre –por decirlo coloquialmente– estar buena y ser feminista, entendidos ambos conceptos desde una clara exigencia proactiva, se me antoja fundamental para comprender la situación en la que nos encontramos hoy en día, donde, de hecho, los males que señalaba Wolf para las mujeres de la segunda mitad del siglo xx no han hecho sino exacerbarse. Existen hoy, en fin, más imágenes arquetípicas, más presión mediática, más mujeres famosas o populares o celebradas exclusivamente por su físico, muchísimas más operaciones de cirugía estética, muchísima más afluencia a gimnasios, clases de yoga o de pilates o ejercicio físico diario en general y más dietas mágicas consecutivas que en cualquier otro momento de la historia. Y

existe la ya apenas sorprendente posibilidad de ver decenas de imágenes de casi cualquier mujer menor de cuarenta años con sólo buscar su nombre en Google, imágenes variadas que ella misma ha subido a Internet, muchas veces desde una consciente promoción personal de capital erótico. Este panorama del presente, donde el feminismo se considera mayoritario, o al menos nada marginal y sí incluso hasta institucional y con apoyo explícito en casi todos los periódicos y gobiernos, al tiempo que nunca antes fue tan importante para una mujer acumular capital erótico, me parece muy difícil de explicar. En principio, debería considerarse un fracaso del feminismo.

Naomi Wolf denunciaba en los años noventa algo que Mona Chollet repite veinticinco años después en su obra *Belleza fatal*. Esto es, la cantidad de tiempo, energía y dinero que estar guapa o estar buena o conseguir estarlo más aún o conseguir no dejar de estarlo según pasan los años roba a las mujeres a lo largo de toda su vida, tiempo, energía y dinero que, por supuesto, no pueden dedicar a otros asuntos, como el trabajo, la creación artística o el simple desarrollo personal. Esto es así no sólo para la mayoría de las mujeres, sino incluso para la mayoría de las feministas que ejercen hoy la portavocía de este movimiento y aparecen en los medios de comunicación o publican libros. Del mismo modo que hubo una época (yo al menos lo presencié en los años noventa) en la que el discurso contra el consumo se consideraba de buen tono intelectual y se repetía constantemente y abundaban los artículos y conversaciones donde criticar el propio consumismo resultaba elevado y moralmente decoroso, para después contemplar pasadas apenas dos décadas cómo nadie desde ningún punto del espectro político (tampoco la izquierda) ni desde ningún recodo cultural ha vuelto a demonizar la adicción adquisitiva en que vive atrapada nuestra sociedad; del mismo modo, digo, ya nadie asocia un feminismo feroz con nada que tenga que ver con renunciar a ser sexy.

De hecho, ser sexy ha acabado siendo parte del feminismo hegemónico, bajo la premisa de que una mujer puede hacer lo que quiera con su cuerpo, independientemente de que lo que haga con su cuerpo –volviendo a Wolf– sea exactamente lo que los hombres querrían que las mujeres hicieran con él. No en vano en España nos hemos acostumbrado a que las ministras feministas salgan en *Vogue,* bajo coordenadas estéticas idénticas (maquillaje, ropa, posado) a las de cualquier otra mujer que desde esa misma revista venda un perfume, enseñe su mansión o merezca atención por ser la nueva novia de un

futbolista.

Podemos decir que, aún en nuestro tiempo, el principal proveedor de autoestima para una mujer consiste en verse sexy.

6. "Autoestima"

También el término "autoestima" alcanzó su significado actual en el transcurso de esos cincuenta años en los que la imagen que una mujer podía albergar sobre sí misma cambió para siempre. Fue en 1890 cuando William James, reciclando un término originario de David Hume, dio carta de naturaleza psicológica al concepto dentro de sus teorías del yo y de la mismidad (*self*).

El hermano del novelista Henry James explora las múltiples aristas de la autoestima en una sección de su obra *Los principios de la psicología*. En ella proponía unas categorías prefreudianas ya anticuadas basadas en el desdoblamiento: estamos con los otros y también nos vemos estando con los otros. La autoestima surgiría en ese momento en el que evaluamos nuestra posición con relación a los demás. James dividía este proceso en tres vertientes: la personalidad, la reputación y una tercera formada por nuestro aspecto físico y nuestro patrimonio.

Estudiar la noción misma de autoestima puede retrotraernos dignamente hacia el pasado o llevarnos de manera algo más penosa hasta nuestro presente.

En el primer movimiento de sondeo, el retroactivo, nos topamos, en efecto, con David Hume. En su *Tratado de la naturaleza humana* (1739) aparece en varias ocasiones la locución *self-esteem*. "Es evidente que las mismas cualidades y circunstancias, que son las causas de orgullo o estima de sí mismo, son también las causas de vanidad o de deseo de reputación". Hume señala que la autoestima es un sentimiento de aprecio propio delicado y volátil, y que puede fácilmente transformarse en soberbia. Aboga, por tanto, por la modestia y el decoro, pues diríamos que la autoestima debe considerarse una suerte de orgullo callado, no espectacular. "Nada nos es más útil en la conducta de la vida que un justo grado de orgullo, que nos da confianza y seguridad en nuestros proyectos y empresas".

Hume linda la perogrullada cuando afirma: "Cualquiera que sea la cualidad de que nos hallemos dotados, ésta será completamente inútil si no nos damos cuenta de ella". En rigor, los demás no dejarían nunca que ignoráramos nuestras virtudes y talentos, y es más probable que nosotros veamos algo

valioso en nosotros mismos que los demás no ven (pues erramos en nuestra propia valoración) a que suceda lo contrario (ninguna niña se considera guapa si antes no se lo repiten varias veces en su entorno). Algo que Hume ratificará enseguida: "Nadie puede distinguir bien en sí mismo entre vicio y virtud o hallarse cierto de que está bien fundada su estima de su propio mérito. Es necesario, por consiguiente, conocer nuestro rango y situación en el mundo, ya sea fijado por nuestro nacimiento, fortuna, empleo, talento o reputación".

Más al fondo de los tiempos nos encontraríamos además con el distinguido concepto griego de *thymos*. Suele interpretarse, para el caso que nos ocupa, como un deseo de reconocimiento. El héroe clásico no sólo se ve empujado a la batalla y a la victoria por su carácter o por la defensa de su patria, sino por el anhelo de ser señalado entre los mejores y calibrado en su justo valor. "Así le instigaban a Aquiles su valor y ánimo esforzado (*thymos*) al encuentro del magnánimo Eneas" (Ilíada, xx, 174). El *thymos* era una de las partes en que Platón dividía el alma, junto al *nous* y la *epythamia*. El *nous* sería la parte racional, localizada en la cabeza y que lleva aparejadas virtudes como la sabiduría o la prudencia; el *thymos* es la parte pasional, ubicada en el pecho, cuyas manifestaciones virtuosas serían la fortaleza y el coraje; y la *epythamia* sería la zona concupiscente, sepultada en el estómago, de la que, controlados los deseos y apetitos, derivaría la templanza. Es interesante el concepto de *euthymia* ("buen *thymos*") que nos legó Demócrito, que señala un estado de ánimo equilibrado y tranquilo, blindado contra el miedo o la aflicción.

En su desarrollo hacia nuestros días, sin embargo, la autoestima abocetada por William James va enmarañándose con numerosas teorías y categorizaciones y, poco a poco, al observar su evolución, notamos cómo distintos conceptos añadidos ("realización", "autorrealización", "perfeccionismo"…) inclinan la noción hacia el campo del desarrollo personal y, por tanto, se abandona el territorio estrictamente psicológico y científico para entrar en la conversación popular.

En Estados Unidos la voz "autoestima" se populariza a partir de los años cuarenta y cincuenta, alcanzando su pico de uso en los noventa. En el siglo xxi la palabra parece sufrir una acusada caída en su utilización en el ámbito anglosajón. En España, por su parte, el empleo de "autoestima" se inicia en los años sesenta y se pone realmente de moda a finales de los años ochenta, momento a partir del cual no deja de crecer hasta nuestros días. En 2001 entró

en el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua, certificando la práctica desaparición de la locución que en nuestro idioma servía para señalar el mismo sentimiento: "amor propio".

La "autoestima" salta por tanto a las revistas, las conversaciones, la publicidad de determinados productos, las entrevistas con famosos o las valoraciones que hacemos unos de los otros (tener baja/alta autoestima, sufrir problemas de autoestima, etc.)

Resulta muy expresivo comparar esta singular evolución del término "autoestima" con la de otro neologismo de mecánica semántica similar: "autoayuda".

Aunque "autoayuda" se remonta al primer libro titulado así (*Self help*, Samuel Smiles, 1859), su difusión en todo el mundo tuvo lugar también en los años ochenta del siglo xx, de modo que los libros sobre aceptarse a uno mismo, ser feliz y evitar la depresión vivieron un auge mercantil simultáneo a la obsesión por la "autoestima". Los manuales de felicidad se empezaron a vender masivamente cuando, también de forma masiva, se bombardeó a la población con la necesidad de cuidar la autoestima.

Sin embargo, lo cierto es que estos dos conceptos no interfieren por igual en la vida de todos los ciudadanos y hoy es más común oír la voz "autoestima" con relación a una mujer que con relación a un hombre. Paralelamente, también son las mujeres las compradoras mayoritarias de libros de autoayuda, hasta un 28 % más que los hombres. El perfil del lector de estos manuales sería una mujer de entre 45 y 54 años que vive en una gran ciudad.

Así, volviendo a William James, podríamos considerar que las mujeres viven su autoestima muy señaladamente en relación con su "apariencia física", mientras que los hombres lo hacen en la medida de su "patrimonio". Los libros sobre hacerse rico son los que compran principalmente los hombres, manuales también muy ligeros y optimistas, acerca de triunfar en los negocios, convencer a los demás, comprar criptomonedas y, en fin, alcanzar el éxito profesional. Los emparejamientos que promocionan estas corrientes sociales no resultan por tanto muy sorprendentes: si nos atrae la autoestima del otro, nos atraen las mujeres guapas y los hombres de éxito, y la pareja ideal de nuestro tiempo no es otra que la formada por una mujer muy bella y un hombre adinerado.

7.

Llegados a este punto, uno debe preguntarse, no sin consternación, si varias décadas de feminismo han sido prácticamente inútiles en lo que a la propia imagen de la mujer se refiere. No parece que la elección de estar buena o convertirse en una tía-buena o de ser considerada como tal en primer y único lugar se haya visto saboteada con algún éxito después de años de teorización y activismo feministas. Uno sale a la calle, mira los medios, pulula por las redes sociales y la sensación es más bien la contraria: estar buena es lo más importante de todo.

Mientras escribo este libro, tiene lugar el certamen de Eurovisión, donde la candidata española, llamada Chanel, acaba alcanzando un celebrado tercer puesto. Se trata de una joven esbelta, sexy y de piel morena que actúa sobre el escenario con un vestido algo hortera (reminiscencias del traje de luces de un torero, en fin) y que da un protagonismo absoluto a su trasero, muy visible y movido de aquí para allá durante toda su *performance*. La propia letra de la canción va realmente de estar buena, ser deseada y sentirse muy segura acerca de ambas cosas. "El mundo 'tá loco con este *body*. Si tengo un problema, no es *monetary*. Les vuelvo loquito' a todos los *daddie*…"[6]

El caso es que su fama instantánea genera en los días siguientes al certamen un debate de gran interés, pues hay quien considera, a la antigua usanza, que Chanel es una calamidad para las mujeres, ya que se cosifica y da a entender que ser mujer consiste en complacer la mirada y apetito de los hombres; y hay quien, en ese mismo erotismo y esa misma salacidad exhibidos sobre el escenario, encuentra un ejemplo de mujer libre, empoderada y valiente; de feminismo, en realidad.

Y es que hay, por paradójico que suene, un *feminismo de las chicas guapas.* Consiste en resignificar los patrones estéticos tradicionales de la mujer físicamente atractiva y considerarlos propios, no impuestos, sin variarlos un ápice. También incluye denominar feminista a una mujer cuyo oficio, sin que este haya cambiado en lo más mínimo en las últimas décadas, es ahora una muestra de liberación femenina. Las cantantes populares siempre han aportado a su trabajo musical una considerable dosis de *sex appeal*, lo cual era machista; ahora las cantantes aportan a su trabajo musical la misma dosis de *sex appeal*, y esto es feminista.

En *Belleza fatal*, Mona Chollet aborda este curioso conflicto. Su ensayo rinde homenaje al trabajo de Naomi Wolf, pero el paso del tiempo hace

necesarias reconsideraciones urgentes sobre algunas de las conclusiones que *El mito de la belleza* brindó en la década de los noventa. Para entrar en el asunto que nos ocupa, Monet echa mano de la filósofa inglesa Nina Power. Una frase suya me resulta enormemente iluminadora: "La pretendida emancipación de las mujeres coincide a la perfección con el consumismo".

Power considera que el feminismo ha sido vaciado de sentido y reorientado hacia una suerte de *coaching* permanente. Todo el discurso empoderador y de toma de conciencia, que se proponía siempre en términos de grupo o colectivo, se ha atomizado. Una vez que cada mujer es destinataria particular de las ideas de realización personal, crecimiento, expresión propia y libertad que difunde el feminismo, puede no convertirse exactamente en feminista, sino en hiperconsumidora. El feminismo hegemónico o más publicitado o que llegaba a más personas es, para Nina Power, una simple alabanza del egoísmo sin culpa.

Esto explica finalmente por qué en nuestro tiempo, la tercera década del siglo XXI, donde las reivindicaciones de la mujer son protagonistas diarias en los medios de comunicación y se publican libros titulados *Todos deberíamos ser feministas* o *El feminismo del 99%*, es también la época donde más difícil resulta encontrar a una mujer que no capitalice su atractivo sexual. Manoseando una vez más el adagio de Lampedusa: toda ha cambiado para permanecer exactamente igual. O un poco peor, que diría Michel Houellebecq.

Madonna era *sexy* en los ochenta y Miley Cyrus o Chanel son *sexies* en 2022, sólo que Miley Cyrus y Chanel lo son porque quieren, mientras que Madonna lo fue por imposición de la industria musical. Ese es el diminuto matiz que permite, a fin de cuentas, que sigan siendo sobre todo mujeres jóvenes y muy guapas las que alcanzan el estrellato de la música popular y, en rigor, de casi cualquier otra disciplina, desde la literatura a la política.

La teoría feminista ha completado un gigantesco movimiento de rotación conceptual para dejar a Chanel exactamente en el mismo lugar que ocupaba Madonna cuarenta años antes, pero con su plácet moral. Ahora Chanel simplemente hace lo que quiere, aunque de cara al público y a los espectadores no haya ninguna diferencia con lo que otras divas del pop han ofrecido durante décadas[7]. Podríamos decir que su gran éxito es no cobrar 50 dólares por una sesión de fotos que a una revista masculina le va a reportar millones.

Que Chanel se declare feminista o no resulta indiferente para la industria

musical, dado que la fórmula sigue funcionando: vende más discos, más entradas para conciertos y más *merchandising* una chica guapa y provocadora que una chica no guapa y no provocadora. Sus videoclips también obtienen más visualizaciones. Ninguna mujer va a renunciar por motivos de conciencia a convertirse en un producto comercial sobresexualizado, dado que además el feminismo le dice que no tiene por qué hacerlo. Así, todos contentos, todos feministas; todo negocio. El negocio del 99 % de feminismo.

Este llamativo fenómeno no es único, sino que coincide con otras manifestaciones de, digamos, un cinismo de curso legal. Tiene que ver, quizá, con la pérdida de pureza. Hay en la posmodernidad, en lo que entendemos como posmodernidad, un *ethos* artístico desromantizado hasta el hueso. La idea central es que lo revolucionario no está en atacar u oponerse al sistema, sino en *aprovecharse* de él. Una prueba de ello la constituye el cantante C. Tangana, con su imparable carrera ascendente, donde sacarle todo el dinero posible a las discográficas, los anunciantes y los ayuntamientos parece ser su única obsesión. "Los que se creen que están fuera sólo están abajo", le dijo a otro cantante de *trap*, Yung Beef, en una charla pública donde este último adoptaba la clásica postura contrasistema y enemiga del gran mercado[8].

Afirmar abiertamente que uno quiere el éxito a toda costa, y el enriquecimiento que el éxito lleva aparejado, se ha vuelto una forma de disidencia cultural. Es una actitud muy aplaudida. Uno es disidente en la medida en la que se pliega a todas las exigencias del mercado para hacerse millonario. Acabar millonario significa que has *hackeado* el sistema. Sin embargo, los cantantes de éxito siempre habían acabado millonarios. Es la actitud *impura* la que vuelve diferente el éxito de C. Tangana del éxito de Mecano. Se pasa de una inocencia violada a una prostitución de alto *standing*, en definitiva.

Sobre la evolución de la belleza femenina y, por tanto, del objeto de estudio que he escogido para este libro, la tía-buena, debe de estar sucediendo algo similar. Tanto la aparición de Internet como la complacencia consumista dan un giro a todo lo que Naomi Wolf ha estudiado, e incluso a lo que, más cerca de nuestro presente, expone Mona Chollet. De hecho, resulta enternecedor que Mona Chollet empiece su ensayo con esta pregunta: "¿Escribir un libro para criticar el deseo de ser hermosa?" En ella viene a reconocer una derrota largamente anticipada: no puede vencerse ya la adicción a ser hermosa, como

no puede vencerse ya la adicción al consumo.

8. Un cruce de piernas

En los años noventa un subgénero se puso de moda en las salas de cine: el *thriller* erótico. Se trataba de películas de suspense con varias escenas de alto voltaje sexual claramente diseñadas para ser lo único que se recordaría de la película. El cartel, el tráiler y la publicidad de estos filmes siempre giraban alrededor del hecho de que había en ellos mucho sexo. La actriz protagonista solía ser rubia y el actor, Michael Douglas.

Su origen preciso se remontaría a los años ochenta, con títulos tan indisimulados como *Fuego en el cuerpo* (1981) o *Atracción fatal* (1987). Adrian Lyne dirigió esta última después de rodar *Nueve semanas y media* (1986), que había convertido a Kim Basinger en una *sex symbol* mundial. *Atracción fatal* fue la película más taquillera del año y definió lo que los estudios de Hollywood ofrecerían a los espectadores en la década siguiente.

Mujer blanca soltera busca (1992), *La última seducción* (1994) o *El color de la noche* (1994) fueron algunos de estos títulos. La pareja protagonista solía llevarse veinte años y era ella la que aparecía completamente desnuda y, también, la que estaba o podía estar loca. La llegada de Internet y la consiguiente multiplicación de estímulos eróticos de acceso generalizado sofocaron la popularidad de este subgénero, que prácticamente dejó de publicitarse como tal.

Sin embargo, una de aquellas películas de *softcore* criminal de los años noventa podríamos decir que pasó a la historia del cine. Se trata de *Instinto básico* (1992).

Ambientada en San Francisco, la cinta dirigida por Paul Verhoeven parece una versión desacomplejada de *Vértigo* (1954), de Alfred Hitchcock. Como en su precedente, en *Instinto básico* abunda el doble femenino, las escenas muy largas de coches que van detrás de otros coches o se dirigen a alguna mansión, mujeres con pasados compartidos que se niegan a reconocerlo hasta bien avanzada la historia y antecedentes narrativos que parece que alguien está copiando en la vida real. En *Vértigo*, es un cuadro y una desgracia de hace décadas; en *Instinto básico*, una novela.

La película de Paul Verhoeven, no particularmente mala, en realidad, contiene un buen puñado de escenas de sexo y de desnudos gratuitos de Sharon Stone, pero es un simple cruce de piernas el que le ha dado un lugar en

la historia del cine y en el imaginario colectivo.

Sharon Stone interpreta a una rica heredera con vocación literaria. El asesinato de un famoso cantante, escenificado de un modo exacto al que ella narró en una novela publicada hace años, la vuelve sospechosa del crimen. Es un asesinato cometido en pleno acto sexual e incluye un punzón para picar hielo y un pañuelo de Hermès, con el cual se ataron al cabecero de la cama las manos del amante luego acuchillado. Michael Douglas es el policía encargado del caso. Acude a la mansión de la escritora para reclamar su comparecencia en un interrogatorio. Vemos, a través de los ojos del detective, a Sharon Stone desnudarse por completo y ponerse sobre el cuerpo un vestido blanco y un estiloso chaquetón del mismo color. Su natural provocador queda patente al acudir a una comisaría sin ropa interior.

En la sala de interrogatorios la esperan cuatro hombres más. Todos ellos son poderosos. Hay un capitán, un teniente y el fiscal, que hará las preguntas. Michael Douglas se sienta junto a ellos. La sospechosa está sola en una silla desangelada frente a frente con cinco hombres con cara de pocos amigos. Lejos de sentirse arredrada, decide fumar, aunque le han dicho que está prohibido.

La escena muestra el contraste entre la belleza reluciente de Sharon Stone y la condición sebosa de su interrogador. El actor Wayne Knight, muy poco agraciado, obeso y con unas gafas de informático que sale poco de casa, empieza a sudar abundantemente ante la resistencia de su interrogada. Ella, en virtud de su atractivo erótico, tiene el poder, controla la situación e intimida a todos esos hombres rudos y experimentados. "¿Has follado alguna vez con cocaína, Nick?", le pregunta a Michael Douglas. En la escena ella prácticamente no habla de otra cosa que de sexo. En realidad, el fiscal no le pregunta por nada que no sea sexo.

Justo después de hacer la pregunta sobre follar con cocaína, Sharon Stone descruza las piernas, las mantiene separadas unos instantes y vuelve a cruzarlas. Es el clímax de su dominio. Dura seis segundos. Este lapso basta a Verhoeven para encajar cinco planos: en el primero, Sharon Stone, sentada, descruza las piernas; en el segundo, vemos en primer plano la cara sebosa del fiscal; en el tercero, nos acercamos más a las piernas separadas de la actriz, que vuelven a cruzarse; nuevo plano de la reacción del fiscal y nuevo plano general. Sharon Stone acaba de mostrar sus genitales en una película que se verá en

salas comerciales por todo el mundo.

La actriz tiene 32 años y ha cobrado 500.000 dólares por un papel que fue rechazado por más de diez estrellas del momento. Ella no lo era. Ahora lo será.

La película, con un presupuesto de 50 millones de dólares, recauda 350. De esos 50, Michael Douglas cobró 14[9]. En España, sin ir más lejos, se convierte en la película más taquillera de la historia. Desde ese momento, y hasta que rueda *Casino* (1995), Sharon Stone deja de ser propiamente una actriz y se convierte en un reclamo erótico.

Las famosas actrices que no quisieron interpretar a Catherine Tramell trataban de evitar precisamente eso: destruir su carrera. Rechazaron el papel por su alta exposición sexual. En Hollywood, las mujeres se desnudan en las películas hasta que alcanzan cierto estatus, a partir del cual suelen rechazar hacerlo. Después de ver *Instinto básico*, parecen muy naturales los reparos de una actriz a aceptar el papel de la rica escritora. Sin embargo, la escena del cruce de piernas, es decir, la más inaceptable de todas, no estaba de hecho en el guion. De este modo, nadie pudo rechazar pausadamente ese lance en concreto de la película.

Según Paul Verhoeven, el destape genital se le ocurrió mientras rodaban. Recordó a una mujer que, cuando él era estudiante, se abría de piernas en las fiestas para que los muchachos pudieran ver que no llevaba bragas, algo que les perturbaba mucho. Verhoeven pensó que ese gesto podía completar el personaje de Catherine Tramell. Le contó la idea a Sharon Stone en una cena y ella estuvo de acuerdo en hacerlo.

La versión de la actriz es muy distinta. No recuerda nada de la cena ni de la acalorada juventud holandesa del director. Sólo recuerda que Verhoeven le pidió que se quitara las bragas en la escena del interrogatorio porque su blancura centelleaba en el plano. Ella lo hizo pensando que no saldría filmada su entrepierna. Descubrió que así había sido cuando vio la película en la gran pantalla por primera vez, en un preestreno. Y se enfadó mucho y le dio al director una bofetada. En su autobiografía[10], Sharon Stone ratificó todas las quejas desperdigadas durante años en entrevistas y declaraciones públicas sobre cómo Paul Verhoeven rodó y exhibió sus genitales sin su permiso expreso.

También es verdad que luego rodó *Instinto básico 2*.

9.

Han pasado treinta años desde el estreno de *Instinto básico* y el cine comercial no ha vuelto a vivir un escándalo parecido al de aquel cruce de piernas. Su condición icónica podría muy bien entenderse como fronteriza. Enseñar los genitales a los espectadores en una película destinada al gran público es una línea roja. Se cruzó y ya no tiene sentido volver a hacerlo. Casi cuarenta años habían pasado desde que Marilyn Monroe rodó su también emblemática escena de la falda alzada. Ambas estampas perviven en la retina cultural de todo el planeta y siguen dando mucho dinero.

La idea de que la sexualidad individual forma parte de un mercado viene de lejos, pues el matrimonio tradicional no dejaba de ser considerado asimismo un mercado. Jean Baudrillard determinó en los años setenta que el cuerpo era "el más bello objeto de consumo". Wolf misma habla de "la belleza como un sistema monetario semejante al patrón oro" y del "sistema de recompensa directa" por ser guapa. Lo que parece que ha hecho Internet y la posmodernidad con la vida sexual es reconocerla ya sin escrúpulos como una simple extensión del capitalismo, una colonia finalmente conquistada.

Sobre este asunto abunda Eva Illouz en sus libros. La ensayista franco-israelí trabaja desde el análisis gélido y la referencia más exclusiva, y no es precisamente entretenida de leer, como sucede con Naomi Wolf o Mona Chollet. Illouz conecta con la teoría francesa y, en cierta medida, con el surcoreano Byung Chul-Han. Como él, suele poner cinco citas en cada página.

En sus libros busco pistas sobre esa elección del cuerpo como núcleo identitario que caracteriza a no pocas mujeres en la era de Internet. La tía-buena hoy.

"La sexualidad ha condensado el valor y la práctica de la libertad o, más exactamente, de la libertad personal", leemos en *El capital sexual en la modernidad tardía.* Escrito por Illouz junto a Dana Evan Kaplan, las autoras se alejan explícitamente de las perspectivas de género y recuperan un concepto un tanto orillado por la izquierda contemporánea: la desigualdad. Por ahí conectan con la visión crítica de Nina Power, pues "la libertad sexual se incorporó al campo económico y al campo social y se transformó en un capital sexual", lo que obviamente beneficiaba a algunos y perjudicaba a otros, perpetuando jerarquías sociales. Debemos interpretar esto también como un

firme empujón al individualismo de nuestro tiempo.

Dado el poder del atractivo físico, y dadas unas condiciones donde ese atractivo puede mostrarse (redes sociales) y mejorarse (cirugía) como nunca antes, una persona puede decidir aprovechar esa baza para su medro personal dentro de un sistema, el capitalista, donde la libido es un potente movilizador de consumo, también de consumo de personas. Uno (una), sí, puede transformarse tranquilamente en un producto. Es lo que Byung-Chul Han llama "la cosificación económica del otro"[11].

Illouz da por cierta la libertad sexual de las mujeres desde los años sesenta, libertad que Wolf pone en cuestión, y además corresponsabiliza a esa libertad sexual de que "las desigualdades materiales persistan", dado que "el sexo produce capital económico".

Para Illouz, la mujer sobresexualizada de la segunda mitad del siglo XX era portadora de una "plusvalía del cuerpo", plusvalía de la que se beneficiaban exclusivamente los hombres, pues a fin de cuentas eran hombres los chulos, los empresarios, Hugh Hefner (editor de *PlayBoy*) y hasta el dueño de un bar que contratara de camarera a una chica, de entre todas las aspirantes, porque era la más atractiva. Illouz cita a Catherine Hakim, creadora del término "capital erótico", y la incluye en una especie de "llamamiento" a que las mujeres mismas sean las usufructuarias de su propio capital erótico. Este llamamiento tuvo todo el éxito imaginable siendo, en todo caso, un llamamiento ultraliberal. Cada uno debe triunfar con lo que tiene, usarlo sin escrúpulos, sea una red de contactos, sea un cuerpo.

Muchas chicas soñaban con ser Madonna y ahora sus hijas sueñan con ser Rosalía, formas aquilatadas del éxito absoluto de una mujer en el mundo. Popularmente, el mayor éxito femenino consiste aún en ser consumida a escala planetaria. No en ser J.K. Rowling.

Los matices que se extraen del libro de Illouz y Dana tienen un punto sórdido incuestionable, no poco triste, o, en todo caso, claramente antierótico. Una impresión parecida me había dejado de hecho también mi conversación con aquella chica hace meses, Lucía. Pues la sensualidad ya no es, según las autoras, relevante. Aunque tantas mujeres trabajen su cuerpo y su apariencia para resultar sensuales, hay una clara desconexión entre capital sexual y sexualidad, pues la exhibición se debe, primero, al interés por mostrar el propio capital erótico como se muestra un bolso de lujo con la marca bien

visible en el asa, una forma directa de hacerse valer y de reunir autoestima; y, segundo, a las posibilidades y ventajas que esta capitalización ostentosa provoca en el ámbito laboral y social. En rigor, no hay sexo por ningún lado, habiéndolo a primera vista por doquier. Es la "fantasía masiva, eróticamente cargada" que analiza Illouz, y que lleva a un tal Mazzarela a concluir: "No se trata de sexo, sino de consumo en general".

Es llamativo que, incluso alejándose de los patrones tradicionales de hombres y mujeres y tías-buenas y babosos, la demoledora teoría mercantil del libro de Eva Illouz sigue implacable su camino. Y así, al género fluido y a la variedad de identidades sexuales que se propone en nuestro tiempo se le resta todo atractivo o valor revolucionario, pues son, esas identidades, "un nuevo producto, comercializado y disponible para la compra", que además puedes modificar de un día para otro (hoy, bisexual; mañana, asexual: etcétera), más o menos como las colecciones por temporada de una firma de moda.

Todas estas líneas de fuerza, estas tendencias y cambios, dan lugar a lo que Illouz denomina, con gran acierto, "capitalismo escópico"[12]. Hay una cantidad desorbitada de dinero en el simple hecho de que un hombre mire a una mujer; en que una mujer desee ser mirada; en que cualquier producto, desde una película a un jabón, recurra a una tía-buena para vender más.

Aunque diversas autoras, de las que hablaré más adelante, como Patrícia Soley-Beltran, cargan todo el peso del sistema de capitalización sexual sobre el cuerpo mismo, el auténtico catalizador de la industria es la mirada, como asienta Illouz. El cuerpo, he llegado a pensar, existe, al tiempo que no existe y, sobre todo, no importa que exista. El cuerpo es incomprobable, una lejanía, una ficción. La mirada se posa sobre una superficie elaboradísima de la que nunca se tendrán pruebas ciertas. La modelo, la actriz de moda, la chica a la que varios hombres miran cuando pasa por la calle, la azafata, la cantante. Todas ellas y muchas otras son parte indispensable del capitalismo escópico, de esa industria de la belleza y la atracción, pero son, a su vez, "ilusiones ópticas", como dijo de sí misma la modelo de los años setenta Clotilde.

Una mirada da paso a la siguiente mirada, en un bucle visual prácticamente impenetrable. Por lo tanto, no importa lo más mínimo la realidad del cuerpo, sino su circulación como imagen manipulada que genera dividendos y estatus.

¿Por qué los hombres miran a las mujeres y no al revés? ¿Desde cuándo? ¿Con qué consecuencias? Eran las preguntas que yo seguía haciéndome.

II. Los hombres miran a las mujeres

10.

El ensayo *Modos de ver*, de John Berger, aparece citado en casi todos los libros que abordan las relaciones entre hombres y mujeres, el significado del cuerpo o la evolución del desnudo. Hasta la supermodelo Emily Ratajkowski abre *Mi cuerpo*, sus memorias, con una cita de esta obra.

Modos de ver es un texto breve publicado en 1972 y surgido de un programa de televisión, *Ways of seeing* (BBC), donde Berger y otros críticos teorizaban sobre la historia del arte. En su tercer capítulo, Berger trata directamente el asunto del cuerpo de la mujer como motivo pictórico a lo largo de la Historia y encuentra una perfecta continuidad entre la mujer pintada desnuda durante siglos y la mujer fotografiada desnuda o semidesnuda desde finales del siglo XIX hasta hoy.

"Los hombres miran a las mujeres. Las mujeres se contemplan a sí mismas mientras son observadas. Esto no solo determina las relaciones entre hombres y mujeres, sino también la relación de las mujeres consigo mismas".

Estas palabras de Berger, muy propagadas, resumen admirablemente la complejidad de un proceso de largo recorrido en la historia de las relaciones sociales: la mirada concupiscente. En *Modos de ver* se señala cómo el desnudo femenino se pintaba para el recreo de los caballeros, que muchas veces eran propietarios en exclusiva de un lienzo erótico, especie de página al óleo de revista porno antes de que existieran las revistas porno. El cuadro se enseñaba a las visitas, a otros hombres. Por este motivo, existen miles de

representaciones del cuerpo desnudo de la mujer y muy pocas del cuerpo desnudo del hombre, sentencia el autor.

Berger localiza una hipocresía singular en algunas de estas pinturas, concretamente en aquellas que incluyen un espejo. Hay una mujer desnuda y un espejo en el *Tríptico de la vanidad y la salvación eterna* (1485), de Hans Memling, y en *Susana y los viejos* (1555), de Tintoretto, según se ilustra en *Modos de ver*. También podemos recordar las *Venus con espejo* de Tiziano, Velázquez o Rubens, o, indagando sobre desnudez y espejos, fijarnos en lienzos como *Joven desnuda al espejo* (1515), de Giovanni Bellini, o *Mujer desnuda ante el espejo* (1927), de Toulouse-Lautrec. La modelo sin ropa se contempla a sí misma, dice Berger, y eso exculpa en cierta medida al espectador, pues cree que no mira un cuerpo desnudo, sino una escena donde una mujer se envanece ante la belleza de su propio cuerpo desnudo.

Con las ideas de Berger muy presentes, doy con un cuadro, expuesto en el museo Thyssen de Madrid, cuyo título resulta ya elocuente: *El duque de Orleáns mostrando a su amante* (1826), de Eugène Delacroix. En él contemplamos exactamente lo que se nos dice: un hombre exhibe para otro a una mujer desnuda, su amante. Ella está tumbada en una pequeña cama, abrazada a sí misma y tapada de cintura para arriba por una sábana, que sujeta el duque. De este modo, el invitado del noble sólo ve a la mujer de cintura para abajo. Los dos hombres no solo van vestidos, sino incluso demasiado vestidos, tocados con gorros pintorescos y ataviados con chaquetas o libreas muy trabajadas que complementan con una daga y un bolso, respectivamente. Entendemos quizá que el duque muestra a su amante desnuda, pero no quiere que el otro le vea la cara y la reconozca. Es un cuadro fascinante.

Siguiendo a Berger, contemplamos a una mujer desnuda gracias a que un hombre se permite la grosería de obligarla a aparecer desnuda delante de otro, ante el cual quiere presumir de la joven con la que mantiene relaciones ilícitas. "Ah, es esta", parece decir con su gesto el invitado. "Una tía buena". "Ya te lo dije", contestaría el duque, pavoneándose. El espectador queda moralmente indemne gracias a esta estrategia de destape.

El desnudo es la estación término de la mirada concupiscente. Diríamos que el desnudo no es sexy, lo sexy es la posibilidad de *casi* ver desnudo a alguien, de ver un poco más. Ver-un-poco-más es la clave de incitación, la dinámica exacta de lo sexy. El escote y la minifalda son ese poco más que los

usos y costumbres indumentarios permitieron a las mujeres para enseñar su cuerpo. Que el cuerpo de una tía-buena no pueda verse resulta fundamental para que lo queramos mirar; el cuerpo desnudo tiene siempre algo de decepcionante. Es el juego, la aproximación a la piel, la novedad de una apertura, de un escenario o contexto lo que revitaliza la mirada de los hombres sobre una mujer. Los hombres no sólo quieren ver más, y por eso lo que ven es sexy, sino que, en rigor, no saben qué es eso que les falta por ver.

Aunque las zonas tabús del cuerpo desnudo sean por todos conocidas (los genitales, en suma, a veces los pechos), el cuerpo elaborado para su apreciación concupiscente genera un misterio. Sólo eso explica que, por mucho que uno haya visto miles de veces el cuerpo desnudo de una mujer, el cuerpo vestido de una mujer en concreto le excite. Lo escondido es siempre aquello que no se sabe qué es, por mucho que no pueda ser nada más que lo natural y consabido, vagina, vello púbico, el esfínter del ano. Los pechos. Es, como señalaba Barthes, la puesta en escena la que parece teatralizar el cuerpo como si ese cuerpo fuera distinto, pleno de novedad, inalcanzable. Se teatraliza un secreto que, en realidad, no existe. Y ese es el mayor secreto.

Desnudo, un cuerpo de mujer sólo puede ser sexy si acoge un drama, una ficción, una historia de su trazado. Pensemos en esos cuerpos fotografiados lánguidos, tumbados en el suelo, con las manos y piernas rectos, inexpresivos. No hay erotismo en ellos, es como carne puesta a secar, como cadáveres anunciados. Sólo un cuerpo desnudo que nos propone una forma resulta incitante, y están muy estudiadas las cientos de poses, giros, escorzos y puntos de vista que hacen de un cuerpo desnudo una estampa excitante.

Berger nos dice que estar desnudo es renunciar al disfraz. Pero el cuerpo pronto se disfraza de sí mismo, consigo mismo, con un relato de posturas y ocultamientos. La mano de la modelo que en un cuadro se tapa el sexo no consigue que no veamos su sexo, consigue que queramos verlo. “El desnudo está condenado a no alcanzar nunca la desnudez”, escribe John Berger. “El desnudo es una forma de vestido”.

11. Afroditas, Venus

Un desnudo nunca parece estar lo suficientemente desnudo. La mirada reviste el desnudo de significados. Diríamos que, al mirar por fin un cuerpo desnudo, seguimos queriendo ver más adentro, una totalidad, todo el catálogo de posturas y ángulos de una desnudez. Los hombres quieren ver a las mujeres

desnudas, pero necesitan que esto no suceda casi nunca. No hay nada más antierótico que una playa nudista, esa concentración de cuerpos sin secreto. Es vistiéndose, incluso sólo un poco (la ropa de baño), cuando alguien puede de verdad exhibir su desnudez, protegiéndola a la vez que prometiéndola.

No hubo muchos estudios sobre el desnudo hasta que en los años cincuenta Kenneth Clark publicó su monografía sobre los cuerpos al natural en la historia del arte. Basado en unas conferencias dictadas en 1953 en Washington, *El desnudo* funciona, para el asunto que nos ocupa, como un muestrario primitivo de las posibilidades del cuerpo femenino, antesala expositiva de esa conversión de toda mujer joven hoy en la modelo de un cuadro que, de hecho, puede pintar ella misma. Cómo ser vista por los demás, en suma.

Kenneth Clark parte de la diferencia que en el idioma inglés hay entre "the naked" y "the nude". El primero es el desnudo cotidiano; el segundo, el desnudo artístico.

La voz "nude" fue introducida en el siglo XVIII por los críticos de arte para señalar al público la forma de mirar un desnudo en un cuadro o en una escultura. No había que mirarlo como pornografía, guarradas, provocación (para eso estaba "naked"), sino como una búsqueda anatómica de la belleza. Muchas grandes obras artísticas retratan desnudos, y abocetar cuerpos desnudos es, de hecho, un ejercicio básico de iniciación en la disciplina de un artista.

Clark define el desnudo artístico como una forma de arte inventada por los griegos en el siglo V. "El cuerpo no se puede convertir en arte por transcripción directa. El cuerpo no es más que el punto de partida de una obra de arte".

Nuestro experto interpreta, y nada puede objetar uno desde su ignorancia en la materia, que el artista siempre busca la belleza, la perfección y el ideal del cuerpo representado, habitualmente el femenino. Así, se establece una curiosa sintonía entre el pintor o escultor clásico, que inventa medidas y cánones para edificar ante nuestra mirada el cuerpo más hermoso que pueda concebirse, y esas mujeres que, pasados los siglos, sufren precisamente por no verse, a pesar de su belleza, lo suficientemente perfectas. Ambos, a fin de cuentas, se preguntan constantemente: ¿qué es la perfección?

Policleto, Plinio o Vitruvio trabajaron en la obtención de las medidas

perfectas del cuerpo humano. Este último, arquitecto de la antigua Roma, dejó una larga serie de anotaciones sobre las "proporciones ideales del cuerpo humano" que Leonardo da Vinci plasmaría en su famoso dibujo *El hombre de Vitruvio*. Eran afirmaciones tan peregrinas e innegociables como que la planta del pie debía medir de largo una sexta parte de la altura del cuerpo o que el ombligo se situaba en el centro exacto de la anatomía humana. Todo ello obligando al cuerpo perfecto a encajar, con los brazos y piernas estirados, como vemos en el dibujo de Leonardo, en un cuadrado y un círculo intersecantes.

Estas ideas dan la clave de la intención de un artista al proponer al público un desnudo: que aquello que miran sea sumamente grato de contemplar. Al igual que el canon de belleza de nuestro tiempo, las proporciones y medidas ideales en el arte clásico variaban con los años. Eran inalcanzables por sí mismas y también porque pronto y sin mayor motivo el ideal pasaría a ser otro.

Apolo constituía el ideal de belleza masculina y Venus, el ideal de belleza femenino.

Es Platón, según Clark, el que justifica el desnudo femenino en *El banquete*. Para Platón hay dos Afroditas, la Celestial y la Vulgar, es decir, Venus Coelestis y Venus Naturalis. El deseo sexual masculino se mitiga en las imágenes de desnudos, "y dar a estas imágenes una forma por la que Venus pudiera dejar de ser vulgar y convertirse en celestial ha sido uno de los objetivos periódicos del arte europeo". En este sentido, no deja de ser curioso que hoy mismo a una tía-buena se la califique a menudo como "un ángel".

Los desnudos femeninos antiguos padecían dos forzamientos: o subrayar los atributos propios de la fertilidad y la concepción o enclaustrar los cuerpos en obsesivos patrones geométricos. El desnudo femenino sólo se vuelve común, y más habitual que el masculino, a partir del siglo XVII. En Grecia no hubo desnudos femeninos hasta el siglo V a. C., cuando ya eran abundantes los desnudos de varones, y además estos desnudos femeninos eran "desnudos vestidos", pues se utilizaban ropas mojadas, muy ceñidas, para transmitir al espectador la perfección del cuerpo que había debajo. Un ejemplo sería la *Afrodita del Trono Ludovisi* (460 a. C.).

Otro asunto crucial en el tratamiento artístico del cuerpo, aparte de su mayor o menor desnudez, es la postura a que se somete la figura femenina representada. Cómo se colocan los brazos, las piernas y cómo eso afecta al

torso y a los glúteos sigue siendo a día de hoy (basta mirar Instagram) toda una ciencia incitativa. Es en torno al año 400 a. C. cuando se establece una postura clásica de expresión corporal: el peso del cuerpo descansa sobre la pierna derecha mientras la pierna izquierda se muestra doblada y en movimiento. Esto provoca un alzamiento de la parte derecha de la cadera, lo que acentúa la dimensión erótica de todo el conjunto. (Véase *Leda y el cisne*, de Leonardo).

Grecia además creó el motivo de "las tres Gracias", amigas o compañeras de Afrodita, en el siglo I a. C. Eran Verdor, Esplendor y Alegría[13]; según Pico de la Mirandola, las tres propiedades básicas de la belleza ideal.

En el Renacimiento, y en Venecia, las Venus representadas recibirán un nuevo impulso, con obras de Giorgione (*Venus dormida*) o Tiziano (*Venus de Urbino*). Son figuras recostadas, de amplias caderas y cierta relajación inédita. Lo que Kenneth Clark llama "la Venus natural". También señala la importancia de un pintor llamado Correggio, el "poeta del cuerpo", pues cuadros como *Júpiter y Antíope* (1528) imprimen una mayor seducción y picardía a la mujer desnuda, desdeñando además lo que Clark llama la "armadura de la geometría", en prosa excelente, por cierto.

Llegados a Rubens, sin embargo, Kenneth Clark parece escribir para Lancôme o alguna otra firma de productos estéticos de gama alta: "Las mujeres de Rubens son sensibles y despreocupadas. El verse tan favorecidas las hace felices, pero no están en absoluto pagadas de sí mismas, aun cuando rechacen las insinuaciones de un sátiro o acepten la manzana de Paris. Están agradecidas a la vida, y su gratitud les recorre todo el cuerpo".

Clark defiende a Rubens de quienes lo califican como pintor "de mujeres gordas desnudas", dado que simplemente el artista siente "afecto natural por las jóvenes gruesas". Le gusta pintar el peso de la carne, sus detalles y pliegues, la textura de la piel. "Crea una raza nueva y completa de mujeres", concluye el autor. Así, el canon de belleza rubensiano, establecido en el siglo XVI, incluía pechos pequeños, miembros largos y afilados y el vientre ligeramente hinchado. Este canon pervivirá hasta el siglo XVIII, con Watteau y Boucher.

De Boucher es un lienzo muy apropiado para el tema que nos ocupa: la mirada cargada de concupiscencia. *Joven recostada* (1751) presenta a una muchacha tumbada en un diván boca abajo y completamente desnuda. El cuadro resulta muy sexy precisamente porque nada se ve de la joven (es decir,

ni los pechos ni los genitales) y la postura es nueva, sorprendente. Dentro de la crítica artística, y de la pictórica en concreto, hay cierta pasión detectivesca por identificar a la modelo de un cuadro mítico. En este caso, la modelo es conocida: Marie-Louise O´Murphy, una cortesana amante del rey Luis XV, con quien tuvo un hijo a los 17 años. Para el cuadro de Boucher posó con 14.

La pose de *Joven recostada* puede encontrarse hoy en cientos de miles de cuentas de Instagram. Es el desnudo integral más simple y recatado posible, una exhibición tan pudorosa como intensa. Casi ya no se considera ni atrevida.

Clark adjudica a François Boucher un mérito curioso: que la Venus en sus pinturas dejó de ser natural sin dejar de ser *deseable*. Diría que algo de este concepto hay en el desnudo de nuestro tiempo, donde nada es natural (cirugía, maquillaje, modificaciones digitales…) y aun así no se pierde erotismo de consumo.

Con Ingres y otros pintores del XIX, la única intención al retratar un cuerpo desnudo sigue siendo encontrar la belleza. Fue Winckelmann, el historiador y crítico, quien se atrevió a afirmar en el siglo anterior que la belleza de un desnudo sólo es posible en el cuerpo de la mujer, muy superior a la del cuerpo del hombre. "Sus estudios de hombres carecen de esa excitada particularización que afila los perfiles de sus estudios de mujeres", dice Clark en este sentido sobre la obra de Ingres, y califica su lienzo *El baño turco* como "casi sofocante".

Dentro del contexto de pacatería de la época victoriana, el desnudo sobrevivió, encontrando en Courbet, según nuestro crítico, una "figura heroica en la historia del desnudo". Recordemos su explícito *El origen del mundo* (1866), por supuesto; o *Bañistas* (1853), que Clark moteja, con su bella prosa, como surgidas del "colosal apetito de sustancia" del pintor.

Sin embargo, otros desnudos de la época no consiguen estar a la altura. Los cuerpos de Bouguereau (artista por el que yo siento predilección, ya es mala suerte) le parecen a Clark irreales y representan, con los de otros pintores de su escuela, "la falsedad de los desnudos del Salón". Clark considera frígidas estas pinturas, academicistas. Venus en estas obras sufrió una degradación que a nuestro crítico le resulta insoportable.

Salvan el periodo Renoir o Manet (*Olympia,* 1863), que sí son realistas y desinhibidos.

Con el siglo XX, particularmente con Picasso, el cuerpo inicia su

fragmentación primero y, finalmente, su desintegración hacia lo abstracto. Los hombres ya no miran a las mujeres en los cuadros donde las mujeres no son inmediatamente reconocibles, como es obvio. Esa mirada milenaria salta sin que apenas nos demos cuenta a las películas, los carteles, las revistas y la televisión, donde las mujeres seguirán posando de forma casi idéntica a como posaron las modelos para cuadros y esculturas durante siglos.

Así, en la película *Psicosis* (1961), de Alfred Hitchcock, encontramos una fascinante puesta en abismo de la mirada masculina sobre el cuerpo de una mujer deseada. En una escena de interior en la casa de Norman Bates, puede verse en la pared, debajo de unos búhos disecados, una reproducción de *Venus con espejo* (1555), de Tiziano. Además, el cuadro que tapa el agujero por el que Bates espía a su única huésped no es otro que *Susana y los viejos*, de Willen van Mieris, un pintor del siglo XVIII. El tema del cuadro es la obsesión de dos ancianos por una joven de gran belleza, obsesión que se saldará con la condena a muerte de la chica. Bates retira precisamente ese cuadro para observar a través de un agujero en la pared cómo Marion se desnuda justo antes de entrar en la ducha.

12.

Hay una novela breve a la que he vuelto después de muchos años al recordar que en ella se expresaba una gran irritación hacia la coquetería de las mujeres. Se trata de *La sonata a Kreutzer*, de Lev Tolstoi.

En el libro, un hombre cuenta su desastroso matrimonio a un desconocido junto al que viaja en tren. La culpa de este naufragio personal fue el excesivo atractivo de su esposa y, por ende, el de todas las damas. Pasado ya el trance, la actitud de nuestro protagonista hacia la feminidad de su tiempo, la Rusia de segunda mitad del siglo XIX, es sumamente agresiva. "Desde hace mucho, me sentía yo desasosegado cuando veía una señora bien aderezada, en traje de baile; pero ahora esa vista me causa pura y simplemente terror. Veo algo peligroso para los hombres, algo contrario a las leyes, y me dan tentaciones de llamar a un policía, de pedir protección contra el peligro, de reclamar que se quite de en medio aquel objeto peligroso".

A lo largo de la obra, Tolstoi pone en boca de su protagonista numerosas invectivas contra el embellecimiento excesivo de las mujeres. "Usted se ríe —me gritó—, pero el asunto no tiene nada de gracioso. Estoy seguro que (sic) ha de venir un día —y quizá no esté lejos— en que se asombrará la gente de que

haya podido existir una sociedad donde se permitan hechos tan atentatorios contra la tranquilidad pública como el de adornarse el cuerpo de la manera que se les permite a las mujeres para provocar la sensualidad de los hombres".

Estas palabras están escritas hace más de cien años. Pózdnyshev, el protagonista, busca además culpables a su martirio visual, y no encuentra nadie más idóneo para cargar contra él que "las costureras". Las costureras hacen vestidos demasiado provocativos, sentencia. La sola idea de imaginar a Tolstoi, que obviamente habla por boca de su personaje, en nuestro tiempo, da cierto vértigo, pues la perturbación que confiesa Pózdnyshev no ha desaparecido. Es, de hecho, masiva.

Cualquiera la habrá percibido puntualmente en un amigo, en un hijo o, por supuesto, si es hombre, en sí mismo. El hartazgo y ofuscación que puede llegar a provocar una sobredosis de concupiscencia resultan increíbles. "La frustración de la calle", dice uno de los testimonios recogidos por Eva Illouz en *El fin del amor*, "no se puede creer la cantidad de chicas hermosas que hay por la calle. Todas esas tentaciones sexuales. Es simplemente imposible".

Un joven compañero de trabajo me confesó una vez, después de volver en septiembre de la playa, el "dolor" que se le instalaba en las sienes cuando bajaba a bañarse, de tantas chicas en bikini o *topless* que se empeñaba en mirar incesantemente. "Se me pone aquí una cosa", me decía, señalándose la cabeza. También me acuerdo de otro amigo con el que viajaba en coche, detrás del vehículo que conducía una chica que le gustaba, muy voluptuosa. Agarrado al volante, no paraba de describir el cuerpo de esa chica, de ponderar lo mucho que le excitaba, balanceándose adelante y atrás en su asiento, al punto de que, de pronto, aceleró y casi nos chocamos con el coche de la pobre mujer, en un gesto de acoso vial que repitió varias veces, acercarse y alejarse, con acelerones y frenazos, bordeando la colisión.

No son infrecuentes los titulares en prensa sobre accidentes en carretera sufridos por conductores varones debido a un simple cartel publicitario. El cartel siempre mostraba a una mujer en bañador o en ropa interior.

Aunque estas anécdotas y noticias suelen tomarse desde un ángulo jocoso, lo cierto es que visibilizan una considerable frustración. Que los hombres miran a las mujeres es algo que se da por hecho, pero las consecuencias psicológicas de estas miradas están muy lejos de recibir la menor atención o estudio, como sí sucede, por cierto, con las derivadas de la pornografía. Se

trata de decenas, y acaso cientos de impactos eróticos diarios. Esta tormenta de sensualidad, escotes, culos, piernas, labios, minifaldas, vaivenes, perfumes y miradas resulta sobre todo excesiva en la adolescencia y primera juventud. En los noventa me impresionaban bastante los anuncios de lencería que aparecían de pronto en el Metro de Madrid y en algunas marquesinas de autobús al llegar la primavera. Uno estaba a sus cosas, pensando en un examen o leyendo un libro, y levantaba la vista y se encontraba con una modelo en bragas y sujetador tan extraordinariamente atractiva que abocaba de inmediato a cierta tristeza. A fin de cuentas, las mujeres cosificadas de los anuncios suponen para los hombres lo mismo que cualquier otro objeto de lujo igualmente publicitado, sea un BMW o un traje de Hugo Boss: escarnio, reto, tentación y desánimo. Tú nunca tendrás esto que ves.

Hay un inmenso trajín del todo infructuoso en estos avistamientos. Se mira y nada más, voluntariamente o no, la cosa pendula entre el recreo y la frustración, cada día y a todas horas, un nuevo videoclip de Rosalía, la compañera de oficina en minifalda, el cartel de una nueva película de Ana de Armas. Ningún estudio se ha detenido en el efecto que causa en un hombre, desde la adolescencia hasta seguramente el fin de sus días, este bombardeo constante de imágenes excitantes. Es una agitación infinita, imparable y sorpresiva del deseo. Un sobreapetito: estar siempre obligado a mirar o, al menos, a ver.

Podemos especular incluso con que hoy esa mirada de los hombres pueda haberse desplazado de la realidad a las pantallas, dado que la implantación de los *smartphones* hace mucho más fácil recrear la vista impunemente en decenas de miles de imágenes de mujeres atractivas (incluidas de hecho las mujeres que frecuentas, si acaso tienen a bien subir imágenes suyas más o menos llamativas en una cuenta de Instagram). Este desplazamiento incluiría además la ventaja de que el hombre nunca será descubierto, y el decoro de que la mujer nunca sabrá que está siendo estudiada de pies a cabeza, frente al riesgo de detener la vista en el cuerpo de una chica que pasa a tu lado por la calle y ser reconvenido.

Pero puede también que no haya habido desplazamiento alguno, sino simple multiplicación. Los hombres que miran a las mujeres están en disposición de seguir mirándolas siempre, incluso solos en su habitación, al punto de que una mujer que a uno le gusta mirar pasa de pronto a ser mirada a

todas las horas del día. Señalemos también la curiosa novedad escópica de varios hombres hablando de mujeres con Instagram abierto en sus móviles, y cada uno muestra al calenturiento corrillo masculino la foto que prueba que la chica que dice él es la que está más buena de la oficina.

¿Miran todos los hombres a las mujeres? Una amiga me indica que ella divide a los hombres entre los que no pueden resistirse y los que no hacen el menor caso cuando una chica joven y atractiva se cruza con ellos. Considera que su propio novio es de los segundos.

Naomi Wolf señala la cantidad de tiempo, energía, esfuerzo y dinero que supone para algunas mujeres alcanzar los estándares de belleza obligados. Sin embargo, aunque el desgaste no sea ni de lejos comparable, no parece tampoco muy sana la cantidad de horas que los hombres se ven invitados a mirar mujeres espectaculares a lo largo del día, sin una voluntad real de hacerlo, sobreestimulados en sus apetitos sexuales y resignados a la adulteración que todas esas miradas acumuladas durante años producen en su trato y expectativas en relación con las chicas. Mientras que la pornografía, como decimos, genera estudios sobre el desajuste entre los cuerpos y prácticas contemplados por los adolescentes y la realidad de esos cuerpos y prácticas, el hecho mucho más común, aunque menos intenso, de estar expuesto a toda una industria de la mirada, la belleza y la sensualidad se diría carente de toda toxicidad, casi irrelevante.

Así, todo lo que venda espectáculo incluirá entre sus alicientes comerciales más importantes una cantidad nada desdeñable de capital erótico femenino. Todo lo que dependa del trato cara-al-público, también. La belleza da dinero si la pones de tu parte. Pero da aún más dinero si eres tú el que promete belleza. Cosméticos, cirugía estética, ropa, dietas, ejercicio físico profesional o consejo experto son también industria de la mirada. No sólo es que "los hombres miren a las mujeres", es que de ello dependen cientos de miles de millones de dólares, sectores comerciales enteros.

El "capitalismo escópico" consiste en miles de millones de dólares generados por la mirada. Por querer ser mirada. Por exigir que lo que se mira sea excitante. Por negarse a envejecer. Por conseguir que la gente vea tu película, escuche tu disco, entre en tu bar, incluso atienda a tu campaña de concienciación ecológica. Chicas guapas. Poses *sexys*. Bailes picantes. Juventud. La industria toda del capital erótico volcada en la máquina

expendedora de billetes de la mirada.

13. Capital erótico y déficit sexual masculino

Fue Katherine Hakim la que acuñó el término "capital erótico" en 2011, ampliando las categorizaciones de Pierre Bourdieu sobre el concepto. Hasta ese momento –afirma orgullosa Hakim– resultar *sexy* a los demás no se había tomado en cuenta como factor determinante en el éxito social.

Es muy interesante enfrentar *Capital erótico*, el libro de Hakim, con el ensayo *El fin del amor*, de Eva Illouz; en concreto, con el capítulo titulado "El capitalismo escópico y el ascenso de la incertidumbre ontológica". Mientras, como salta a la vista por el enunciado, Illouz entronca con el pensamiento francés y practica una prosa analítica y rigurosa, Hakim basa su exposición en encuestas y estadísticas, y escribe de forma más relajada y periodística. Illouz incluye en *El fin del amor* testimonios recogidos directamente por ella a través de entrevistas personales, pero trabaja sobre todo el aparato teórico que la precede, con innumerables referencias a otros ensayos, artículos y conferencias, siempre de alta academia. Hakim, sin embargo, es combativa, personal, frente al punto de vista neutro de Illouz. Uno diría que Hakim es liberal (de derechas) e Illouz, progresista (de izquierdas).

Curiosamente, es Catherine Hakim la que entiende que existe hoy un poder sexual de la mujer que merece celebrarse, mientras que en su libro Illouz acaba señalando (si no lo entendí mal) las ventajas del velo y de otras indumentarias que ocultan el cuerpo femenino. La primera defiende el capital erótico como un avance hacia la igualdad entre hombres y mujeres, dado que el capital erótico reside fundamentalmente en ellas y muchas saben aprovecharlo y equilibran la desigualdad de género inicial; la segunda considera que el capital erótico prorroga la explotación de las mujeres a manos de los hombres, pues las industrias que venden belleza están aún dirigidas todas por hombres.

Aunque intelectualmente uno se enamora de Eva Illouz, la propuesta de Hakim posee mucha fuerza y utilidad. Uno tiene la sensación de que lo que dice esta autora, bien sea con palabras no demasiado refinadas, explica algunas cosas que Illouz pasa por alto.

Hakim define "capital erótico" como una mezcla de atractivo físico y social. De este modo, no importa únicamente el cuerpo, la dote genética, sino cómo

te vistes, cómo te mueves, tus gustos culturales y tu profesión. Por ello, las clases sociales altas disponen también de mayor capital erótico. La sexualidad es, en el fondo, una interpretación. Uno debe aprender a interpretar ese papel de persona atractiva según las convenciones concretas de la sociedad en la que vive.

Dado que tu capital erótico no está predefinido a partir de tu belleza de nacimiento, Hakim ve perfectamente lógico poner todo de tu parte para aumentarlo, incluido el recurso a la cirugía estética. ¿Qué es mejor, pasar por el quirófano un día o por el diván del psicoanalista durante décadas?, se pregunta la autora[14]. "No hay mujeres feas, sólo perezosas", dijo la empresaria de cosméticos Helena Rubinstein.

A la hora de enfrentarse al mundo, y al mercado, una mujer debe considerar, según la autora, las pulsiones sexuales que se mueven debajo de las relaciones entre hombres y mujeres, y asumir que existe un plus de belleza que hará que una mujer atractiva sea mejor tratada que una mujer despreocupada de su aspecto, y que cobre más por su trabajo y obtenga más respeto social. Antes, lo único que podía hacer una mujer era casarse bien. Ahora, según exhorta Hakim, hay que "plantar cara", usar tu capital erótico y no huir del conflicto como hacen las feministas.

Hakim se muestra muy crítica con el feminismo en diversos puntos de su obra, pues considera que este movimiento menosprecia el simple hecho de que una chica quiera verse guapa y perjudica a las mujeres al privarlas del empoderamiento aparejado al capital sexual.

Pero las mayores desavenencias vienen luego, cuando Hakim desliza otro concepto de su cosecha, "déficit sexual masculino", donde afirma que los hombres albergan un deseo sexual mucho mayor que el de las mujeres. Decir esto resulta, a todas luces, políticamente incorrecto en nuestros días. Nadie se atreve a sugerir siquiera que los hombres en general están más interesados en el sexo que las mujeres.

Sin embargo, esto explicaría no sólo por qué los hombres miran a las mujeres, y no al revés, sino también por qué hay muchísima más prostitución femenina que masculina, por qué son también mayoritariamente los hombres los que consumen pornografía, o por qué los delitos sexuales son cometidos casi en exclusiva por hombres. "El mayor deseo sexual de los hombres, que provoca frustraciones desde la juventud, ejerce una influencia oculta en las

actitudes masculinas frente a las mujeres, no sólo en las relaciones privadas, sino en la esfera pública".

Hakim apela a varios estudios de distintos países donde los hombres declaran una actividad sexual, y un deseo de actividad sexual, siempre más elevado que el de sus compañeras. También habla de cómo la maternidad reduce drásticamente el interés sexual femenino. Se cita la conocida escena de *Annie Hall* donde la pareja, interpretada por Woody Allen y Diane Keaton, al hablar con sus respectivos psiquiatras sobre la frecuencia sexual en su relación, confiesa, en el caso de ella: "Constantemente, unas tres veces por semana", y en el caso de él: "Casi nunca, unas tres veces por semana".

Es difícil negarle a la autora la feliz concordancia entre capital erótico femenino y déficit sexual masculino.

Nuestro sustrato biológico se vería refrendado por este "déficit sexual masculino", dado que biológicamente la programación del macho se cifra en un impulso por relacionarse sexualmente, y eventualmente inseminar, a la mayor cantidad de hembras posible; y la de la hembra, en elegir al macho adecuado para la reproducción, elección que resulta más exitosa si el propio atractivo hace emerger un catálogo suficientemente amplio de candidatos. Como dice José Antonio Marina en *Las arquitecturas del deseo*, negar que el origen del sexo es la reproducción resulta tan insensato como pensar que todo lo explica la reproducción.

Para Catherine Hakim, en definitiva, el capital erótico pone en ventaja a las mujeres debido a la insaciabilidad sexual de los hombres.

14.

Como es evidente, la afirmación de que los hombres tienen mayores ganas de follar que las mujeres resulta muy incómoda de defender. Sin embargo, lo cierto es que esa simple observación encaja no sólo con la percepción que todos y cada uno de nosotros tenemos en nuestro día a día de las relaciones entre hombres y mujeres, sino con la práctica totalidad de los procesos sexuales o filosexuales sobre los que a uno se le ocurra pensar. Es decir, la ansiedad sexual masculina anima numerosas ideas de negocio, muchas estrategias de captación de clientes o fans y no pocas pequeñas escenas de la vida cotidiana.

Una teoría conocida y multiusos adjudicaría el motivo de que los hombres parezcan más erotizados constantemente que las mujeres a una cuestión cultural. Habríamos sido educados así desde pequeños. Sin embargo, cualquier

hombre confesaría que su pulsión sexual, su deseo por las mujeres que ve y sus tentaciones de pagar por sexo, entre otras muchas derivas carnales, no proceden de aleccionamientos, por lo demás, admirablemente bien realizados si fuera el caso, sino de una zona más íntima y, en fin, primitiva de su naturaleza. Incluso con toneladas de cultura encima, incluso no deseando ni de lejos tener hijos, incluso pensando tú mismo que tu deseo sexual no puede ser más acuciante que el de una mujer, lo cierto es que todo indica que sí lo es.

De hecho, si la pulsión sexual masculina fuera idéntica a la femenina, la heterosexualidad debería parecerse a la homosexualidad masculina, donde esa promiscuidad natural del varón encuentra una contraparte ahora sí totalmente exacta: otros hombres. Es decir, si, como se dice popularmente, los hombres quieren acostarse a toda costa y, al cabo, prácticamente con cualquier mujer que esté disponible, y si esto no sucede porque, en rigor, la mayoría de las mujeres no quiere acostarse con la mayoría de los hombres, si estos mismos hombres tuvieran como objetivo acostarse con otros hombres, el resultado sólo podría ser explosivamente promiscuo, como así sucede en efecto.

Me detengo en estos barros porque no creo que el "capitalismo escópico" de Illouz tenga la menor explicación sin el "déficit sexual masculino" de Hakim. Si Illouz considera que hay un "capitalismo de la mirada", hemos de establecer el cimiento de esa mirada. Es decir, explicarnos por qué toda la industria que saca partido al capital erótico femenino resulta por siempre ganadora, y no sufre altibajos ni se ve afectada por ninguna crisis. Creo que el "déficit sexual masculino" puede traducirse directamente como "frustración". Y que uno de los grandes negocios de nuestro tiempo es la frustración sexual de los hombres.

Supongamos que, a lo largo de su vida, un hombre heterosexual medio puede sentir una gran atracción sexual por unas 300 mujeres con nombre y apellidos. Quiero decir, por dos o tres compañeras de *cada* curso durante sus años de estudiante, por dos o tres compañeras de *cada* trabajo durante su vida laboral; y por decenas y decenas de mujeres a lo largo y ancho de todos los entornos que frecuente en su completa existencia, desde una tendera con la que cruza cada día unas pocas palabras al comprar el pan a su dentista o a su médica de cabecera. Serían 300 mujeres que a este hombre medio le enloquecen.

Según -ahora sí-datos estadísticos, nuestro hombre-medio puede tener a lo largo de su vida en torno a 10 compañeras sexuales distintas. No sólo a este

hombre le gustarán muchísimo a lo largo de su vida unas 300 mujeres, siendo que sólo podrá acostarse con 10 o 15, sino que también le incitarán miles y miles de mujeres anónimas con las que coincidirá fugazmente en la calle o en un local de ocio o en un parque, amén de las actrices, *sex symbols*, presentadoras o famosas atractivas de toda laya que irán surgiendo a lo largo de los años.

La clave de frustración no está únicamente en la distancia enorme que media entre que a nuestro hombre le gusten mucho 300 mujeres y que sólo se acueste con 10 o 20; ni tampoco, aunque no deje como es lógico de añadir más frustración, en que le gusten miles y miles de mujeres "escópicamente". La clave es que, de esas diez o quince o veinte mujeres con las que un hombre medio tendrá sexo a lo largo de su vida, se contarán entre las 300 que le gustaban mucho exactamente las siguientes: ninguna.

"Nunca me he acostado con una tía-buena", me confesó un amigo hace años.

Lo interesante aquí es que la diferencia entre haberse acostado con 5 mujeres y haberse acostado con 50 es irrelevante. Nunca he visto a un hombre satisfecho. Es más, me ha sorprendido siempre que los hombres de más éxito con las chicas que he conocido hayan recurrido todos a prostitutas. Pensemos que el hombre que a los 30 ya se ha acostado con 50 mujeres en realidad no se está comparando con el hombre-medio que sólo se ha acostado con 5, sino que se está comparando con el total de mujeres con las que le gustaría acostarse. Diría que el sueño de casi todos los hombres es poder acostarse a lo largo de su vida con miles de mujeres.

La escopofilia (Mona Chollet prefiere este término) es, a todas luces, un vicio compensatorio de esta frustración esencial de cualquier hombre. El *voyeur* suele ser varón, por mucho que la primera definición que aparezca en Google lo defina como "*persona* que espía o mira a escondidas a otras *personas* en situaciones eróticas para excitarse sexualmente". También son hombres los *incel*; todos. Y asimismo son hombres los que se dedican a grabar en el Metro a las mujeres por debajo de la falda, con el móvil, y luego suben las imágenes a *sites* porno. Mirar es una posesión vicaria; grabar es una violación vicaria.

Fernando Trueba escribió que Hitchcock era una persona muy infeliz en el amor, pero que con sus películas "poseyó" a las mujeres más bellas del mundo, lo que para el director español era nuevamente una suerte de compensación.

Dentro el entorno cinematográfico corre la sospecha de que algunos directores eligen como actriz protagonista de sus películas a la mujer con la que querrían acostarse, no porque siendo elegida ella vaya a acostarse con ellos, sino porque es la manera en la que estos cineastas están más cerca de satisfacer su apetencia. Sabemos también que numerosos artistas hacen girar su obra completa alrededor del cuerpo santificadamente sexual de la mujer bella: el fotógrafo Helmut Newton, los pintores Thomas Hart Benton o Francesco Hayez, o directores de cine como Paul Verhoeven, François Ozon y Gaspar Noé. No conozco ninguna artista (y, en todo caso, la comparación seguiría siendo cuantitativamente irrisoria) que haya dedicado su pincel o su cámara al falo, al adonis o al músculo masculino, pero son numerosas las que a su vez hacen girar su obra en torno a la sexualidad o la voluptuosidad femeninas, como la ilustradora Gerda Wegener o la fotógrafa Ellen von Unwerth.

Por no hablar de la cantidad de prohombres, auténticos genios a veces, que realizan casamientos o emparejamientos con mujeres veinte, treinta y hasta cuarenta años más jóvenes que ellos. Ver a un hombre muy inteligente que pierde la cabeza a sus setenta años por una mujer de treinta algo debería indicarnos sobre la inclinación masculina por la juventud, y sobre la validez de una explicación tan fatigada como la de la *imposición cultural*. Una imposición cultural que funcionaría de manera idéntica con un cabrero que con un premio Nobel, en todos los países del mundo a la vez y en todas las épocas invariablemente.

La adoración de los hombres por el cuerpo de la mujer joven y bella es tan apabullante, histórica, enfermiza, artística y sostenida que me cuesta creer que pueda defenderse un supuesto equilibrio natural primigenio en la contienda de mirarse, equilibrio que la cultura o la sociedad habrían desvirtuado e inclinado hacia una escopofilia exclusivamente masculina.

En principio, me decantaría por adjudicar a principios básicos de biología la explicación adecuada al comportamiento de hombres y mujeres aún hoy en pleno siglo XXI, en lugar de a una, a mi juicio, tambaleante autoinculpación relativa a la educación y la cultura. Sin embargo, lo que he llegado a pensar mientras escribía estas líneas es lo siguiente: nuestra cultura exacerba las condiciones naturales de hombres y mujeres, y eso sí es recriminable. En el caso de los hombres, la sociedad de consumo les hace desear más de lo que naturalmente desearían; en el caso de las mujeres (y luego iremos largamente

con ello) les hace exhibirse más de lo que naturalmente se exhibirían.

15. Nona Sobo

Me doy cuenta de que no puedo hacerme el sueco página a página y que en algún momento debo dar un paso al frente y reconocerme como un hombre que mira a las mujeres. Soy, junto a otros tantos, ese hombre que mira. Llevo toda la vida observando a las chicas y a las mujeres, y eligiendo a mis actrices favoritas porque me parecen muy guapas, y calibrando la belleza y sensualidad de cualquier mujer con la que trate, lo primero de todo y de un simple vistazo, sin poder evitarlo. El capitalismo escópico necesita de hombres como yo, por millones. Yo soy un hombre como otros mil millones de hombres, sí.

Mientras avanzo en *Tía buena,* veo la primera temporada de una nueva serie de televisión. Se titula *Entrevías*. Salen narcotraficantes, yonkis, policías y vecinos característicos de ese barrio de Madrid. Pertrechado con todo lo que llevo aprendido en las lecturas específicas para mi proyecto, me descubro de pronto viéndome mirar, anticipando el pastoreo que la serie de televisión, como cualquier otro producto audiovisual destinado al gran público, hace de mi mirada, de mi deseo y de mi atención.

Sucede así y lo cuento como es.

En el primer capítulo, pasados muy pocos minutos, aparece un personaje femenino. Se trata de la nieta del protagonista, de la que oigo a otro personaje decir que tiene diecisiete años. Llega tarde a una comida familiar en un bar y lo hace junto a su novio, en moto. Se despide de él cariñosamente. Vemos esta despedida a través del escaparate del bar.

La chica, interpretada en su debut actoral por Nona Sobo, viste minifalda de tablas con estampado escocés modernizado, colores blancos y violetas. Detengo la imagen en Netflix. El plano es incitante: sólo miro esa minifalda, las caderas anchas, los muslos poderosos. Mi cabeza dice: "Está buenísima". Mi cabeza dice: "¿Quién será?"

Con la serie *Entrevías* detenida en el minuto 14:35, busco su elenco en Google. Localizo el nombre de la actriz, Nona Sobo, cliqueo sobre él. En realidad se llama Nona Soley Bosch, tiene 22 años (quizá uno menos cuando rodó la serie), y es de origen tailandés. En la serie la llamarán "la china" constantemente y su lugar de origen en la ficción será Vietnam.

Miro sus fotos en Google imágenes, todas atrevidas, expansivas, en ropa interior, bañador, vestidos de noche o completamente desnuda. Abundo en

estos avistamientos entrando en su cuenta de Instagram, donde la propuesta permanece: soy una tía buena, muy exótica para la mirada española, nueva, en busca de la fama que me corresponde, la de un icono sexual instantáneo.

Realmente a mí me ha impresionado muchísimo esta actriz nada más verla. Y no pienso, ni por un segundo, que no le suceda lo mismo a todos los demás hombres.

Sin avanzar en la serie, descubro que Nona, a pesar de su evidente y muy acusado capital erótico, se ha operado los pechos después de rodar *Entrevías*. En la serie aún conserva su busto natural, pechos pequeños. En las fotos últimas que hay de ella en la red, luce ya una talla noventa, dos esferas descaradas y demasiado perfectas. Incluso siendo una joven físicamente espectacular, ha *necesitado* ser más espectacular. Me da un poco de pena.

Vuelvo a la serie, cuya primera temporada veo entera. Cada vez que aparece Nona Sobo, el argumento se vuelve subterráneo, inexistente. Me acostumbro a ver su culo en cada plano y, a partir de cuatro o cinco planos de su cuerpo, *exijo* a la serie que no deje nunca de mostrármelo. Y la serie lo hace.

Irene, el personaje que encarna Nona, es el único que, cuando se aleja de la cámara, es filmado de espaldas hasta que su trasero entra en cuadro. Viste siempre minifaldas o pantalones muy cortos ajustados. Quiero verla por detrás y siempre me es posible. Yo dirijo la serie. Millones de hombres dirigimos la serie.

Hay escenas de sexo gratuitas y estrambóticas de Irene con su novio, una de ellas encima de un tren. También corren ambos desnudos por la playa hasta entrar en el mar. Casi sale más el culo de la actriz que su cara, en *Entrevías*.

Cuando la adolescente se droga, tomando pastillas en su dormitorio, lo hace en bragas y sujetador, lencería fina negra. La droga le hace efecto y ella queda tumbada boca arriba en la cama. Un plano cenital nos muestra su cuerpo entero, cruzado por la ropa interior mínima.

En cada capítulo, hay ocasión de satisfacer el deseo de ver de nuevo el cuerpo magnífico de Nona Sobo. Así, deduzco que esta exhibición está controlada, incluso anotada, que el equipo de rodaje, ya sea al completo, ya sea sólo su director y algunos ayudantes, saben perfectamente que a Nona Sobo hay que grabarla de forma que los espectadores (no sé si añadir "masculinos") reciban la gratificación del recreo visual. Me pregunto si la propia actriz sabe que está siendo filmada de esa manera, explotando al máximo los ángulos más

sensuales de su estampa.

Salvo en las escenas propiamente sexuales, la mirada lúbrica del espectador sobre la actriz es percibida por él mismo como autónoma. El hombre que ve la serie y se fija en el culo de Nona no piensa que esté todo planeado para que se fije en su culo. Esto es así porque el personaje hace cosas que necesitan ser filmadas, y el espectador no domina la sintaxis audiovisual, no sabe que cada plano es totalmente electivo, y cree completamente natural que, si un personaje se aleja, se le pueda ver la espalda, el trasero, las piernas. No: sólo cuando Nona se aleja, como pasa en miles de películas cuando la estrella femenina joven se marcha caminando, se mantiene el plano hasta que los espectadores puedan fijarse en la parte de atrás de su cuerpo. Este avistamiento es privado, secreto, el espectador cree que él solo ha decidido bajar la vista y mirar el culo de la actriz. Nadie lo sabe.

Al igual que el espejo en los cuadros que señalaba John Berger, esta forma de filmar como-quien-no-quiere-la-cosa el tren inferior de las actrices jóvenes y esculturales libra al espectador de toda responsabilidad. La mirada se produce en secreto, y en un contexto escénico de singular inocencia: la protagonista sólo ha entrado a comprar el pan, sólo se ha montado en un coche, sólo ha ido al piso de arriba de la vivienda, subiendo unas escaleras. Que la cámara esté siempre ubicada de tal forma que el culo y las piernas o, en otras escenas, el escote o los senos, queden durante uno o dos segundos en primer plano, se percibe como inevitable. Eres tú el que ha decidido mirar fijamente ese culo, no es el director o el productor el que ha decidido que lo mires.

Entrevías no hace nada que no hicieran *Juego de Tronos* o *Perdidos*, y tantas otras series y películas. Está todo pensado, calculado, dosificado con relación a la visibilidad del cuerpo de las actrices atractivas en las ficciones cinematográficas, en aras de un mayor éxito del producto. La pregunta que podríamos hacernos es inmediata: ¿Lo saben ellas?

16.

A pesar de vivir en la servidumbre de la mirada, lo cierto es que los hombres no saben lo que miran. Es la mirada de las mujeres sobre otras mujeres la que no resulta narcotizada ni engañada y distingue con claridad lo que está viendo. Mi memoria no deja de enviarme recuerdos ligeros relativos a estos asuntos. Así, me acuerdo ahora de una nimiedad de mis años universitarios: una

alumna llegó tarde a clase. Iba espectacularmente vestida, muy *sexy*, y se sentó en la primera fila. Yo, desde una fila hacia la mitad del aula, le pregunté a mi compañera habitual, una amiga de entonces, quién era esa chica tan atractiva. "María", me dijo; o "Sara". En todo caso, una alumna que siempre se sentaba en la misma silla en primera fila y a la que yo conocía perfectamente. Incluso habría hablado con ella alguna vez. Ese día, sin embargo, había sido incapaz de identificarla.

Sara o María iba a clase cada mañana con ropa sencilla y sin maquillar. Pero aquella jornada decidió ponerse un vestido ajustado, corto, y pintarse los labios y los ojos, y soltarse el pelo largo y ondulado. Si Sara o María hubiera ido siempre de esta guisa, y un solo día hubiera asistido en vaqueros y camiseta, y con la cara lavada, yo tampoco la habría reconocido[15].

¿Qué miramos los hombres en las mujeres, en aquellas que no resultan muy atractivas y sensuales? Miramos una propuesta, una ficción. Y consideramos que el cuerpo de esa mujer coincide de hecho con la reinterpretación del cuerpo que en realidad tenemos delante; no tenemos delante el cuerpo, sino un juego combinatorio.

Es más importante el envoltorio del cuerpo que el propio cuerpo, y la mirada del hombre es incapaz de disociar ambas armaduras. Se funden en su percepción, en la embriaguez inmediata que provoca un avistamiento. Cuanto más sexy resulta una mujer, más extraño parece su cuerpo a aquellos que lo miran. Parece nuevo, nunca antes visto, cuando en rigor es un cuerpo de mujer como cualquier otro. Es el decorado, el añadido, el trazado de veladuras y destapes el que genera esa ilusión.

Cuando en *Abierto hasta el amanecer* Salma Hayek protagoniza la típica escena sexy destinada a impactar al público y a ser muy comentada, y a convertirla un en símbolo sexual (su baile con una serpiente colgada del cuello), es la serpiente la que vuelve distinto ese cuerpo ligero de ropa, exuberante como muchos otros, porque la pitón se mueve y retuerce, cubre un pecho y lo destapa, introduce la cola entre los muslos de la actriz y luego los libera. Las asociaciones freudianas entre el reptil grande y alargado y húmedo y el falo son inevitables, y recuerdan a las que en los mangas y las series de anime se producen con los tentáculos que atacan igualmente cuerpos de chicas jóvenes. El espectador masculino cree que Salma Hayek es la mujer más sexy que ha visto en años en una pantalla; no piensa que lo es por cómo va vestida,

por los movimientos que hace, por la serpiente, la música y el maquillaje, sino, diríamos, al peso, innegablemente, al punto de pensar que reconocería su belleza igualmente si se la encontrara una mañana comprando el pan en chándal. No es así.

No era así tampoco con Marilyn Monroe y su falda alzada, ni con Sharon Stone y su cruce de piernas. Ni con Jessica Alba, Jennifer Lawrence o Ana de Armas en sus respectivas escenas trabajadas para convertirlas en mitos eróticos. Casi lo menos importante para su atractivo físico es, de hecho, su cuerpo. Cuando se difunden fotos de estas actrices tomadas justamente mientras se dirigen a comprar el pan, nos sorprende lo cerca que están de ser chicas completamente normales.

Dentro de esta ficción de sensualidad, participan numerosos elementos, pero uno en particular destaca y resulta accesible tanto a la actriz de Hollywood como a la chica del barrio. Es la ropa.

Me fascina la ropa, el gran negocio de la ropa, la enorme obsesión por la ropa. Uno diría, a veces, cuando camina por las zonas comerciales de la ciudad, que no hay otra cosa por todas partes que tiendas de ropa.

No es casualidad que las tiendas de ropa sean tan abundantes, casi histéricamente ubicuas, ni que la primera planta de cualquier gran tienda de ropa esté dedicada siempre a la ropa de mujer. Luego, de tres o cuatro plantas que tiene el edificio, por lo menos una o dos más venden también ropa de mujer. En muchos grandes establecimientos de moda generalista, la ropa masculina está habitualmente en el lugar más inaccesible, incómodo o secreto; o en la última planta o en el sótano. Y a veces sólo al fondo de esa última planta o de ese sótano.

Es la ropa lo que los hombres miran cuando creen que miran un cuerpo, por mucho que crean que están catalogando cuerpos con enorme pericia y en base a una gran experiencia en observar tías-buenas. Los pechos que asoman por un escote son el escote y el culo que se luce con pantalones apretados son los pantalones apretados. Los hombres no lo ven y las mujeres sí. Las mujeres contemplan el cuerpo vestido de otras mujeres, mientras que los hombres creen que el cuerpo vestido es el cuerpo desnudo, un adelanto fidelísimo de la desnudez. Diríamos que los hombres se embriagan en la ficción y las mujeres la desmontan.

La ropa es el detonador erótico principal, por tanto, el bien de consumo

básico en el capitalismo escópico. “Hay que comprar los vaqueros que te hagan buen culo, cuesten lo que cuesten”, le escuché decir una vez a una amiga. Con la ropa comienza el engaño. Un engaño que sale a cuenta porque la mayoría de los hombres nunca verá el cuerpo desnudo de la mujer cuyo atuendo le lleva a anticipar que su cuerpo es perfecto.

Que alguien nos resulte erótico o sexy a primera vista guarda relación precisamente con las partes de su cuerpo que quedan ocultas. La desnudez no es erótica, sino lo sexual-en-sí. Nada ha ayudado más al erotismo que la censura, como prueba sin cesar Instagram. Lo sexy es un ocultamiento, al contrario de lo que pueda pensarse, porque no mostrar mantiene vivo un misterio, por lo demás banal: un cuerpo como otro cualquiera, en realidad. Es en el juego de tapar y mostrar donde surge la excitación y, por tanto, el capital erótico.

Vestirse es ponerse en escena, volviendo a Barthes, y la mujer que decide ser mirada como objeto sexual, y capitalizar esa mirada, se pone en escena en primera instancia al elegir una ropa concreta. Sin embargo, la ropa femenina no erotizante resulta incluso difícil de encontrar: el vestuario destinado a la mujer suele ser ceñido, escotado, recortado, y también colorido y lleno de brillos o remates o detalles, al contrario que el destinado a los varones. Cualquier mujer es invitada a mostrarse desde el momento en el que encontrar ropa que no la sexualice supone un gran esfuerzo. Hasta las camisetas de la selección española de fútbol son diferentes para hombres y mujeres. Las de ellas, entalladas, con escote de pico; las de ellos, amplias, con cuello redondo.

Que toda la ropa femenina deba ser sexy parece el mandato de la industria textil. A finales del siglo xx, nada había más cutre, despreocupado e igualador que ir en chándal. Ir en chándal era el auténtico *off duty*, como dicen las actrices de Hollywood cuando, muy habitualmente vistiendo chándal, consideran que no deben someterse por un rato al escrutinio de la prensa o de los fans, que les exigen siempre (*duty*) un aspecto deslumbrante. Ahora, la ropa deportiva de mujer se sitúa a la vanguardia del erotismo. Salir a correr es salir a exhibirse, y las prendas para ejercitarse son ceñidas, moldeadoras, llenas de colores llamativos y líneas y costuras diseñadas para dibujar siluetas perfectas sobre el cuerpo. Diríamos que no merece la pena salir a correr si no se cuenta antes con un cuerpo perfecto fruto de haber salido mucho a correr.

¿Por qué esto es así? ¿Por qué existen los escotes, las minifaldas y la ropa

ceñida? ¿Por qué los hombres no llevan ropa apretada, prendas de colores alegres ni escotes? ¿Qué tienen de *natural* vestuarios tan diferenciados?

17. La gran renuncia masculina

El psicoanalista John Carl Flügel, autor del clásico sobre indumentaria *Psicología del vestido* (1930), acuñó el concepto Gran Renuncia Masculina para explicar ciertas características del modo de vestir de los hombres de su época. Esta renuncia, totalmente hipotética, por supuesto, consistiría en un momento histórico donde los varones decidieron adoptar una forma neutra y funcional de vestir como propia de su sexo. El género masculino se presentaría en sociedad desde ese instante siguiendo unos códigos mayoritarios de formalidad, discreción, respetabilidad y pragmatismo.

Esta militarización de la masculinidad guardaría una relación directa con el trabajo, pues su detonante fue la industrialización y el ascenso subsiguiente de la burguesía a clase social dominante. A lo largo del siglo XVIII y también a principios del siglo XIX, sería notable el cambio de estilo en la ropa de los hombres, que, en su seriedad y homogeneidad, concluiría en el traje moderno de tres piezas. Pantalón, chaleco, chaqueta. "El hombre abandonó su reivindicación de ser considerado hermoso. A partir de entonces sólo querría ser útil", escribe Flügel.

Esta uniformidad entronca también con cierto espíritu político de aquellos tiempos, volcados en la democracia y la república. Alejarse del exceso de ociosidad y de las puntuales extravagancias de la nobleza, para señalar que uno se gana el pan trabajando todos los días, guardaría relación directa con el apagamiento del vestuario masculino.

Para Flügel, con todo, existen diferencias naturales entre hombres y mujeres que explicarían la cristalización cultural de indumentarias disímiles. Ellas compiten por captar la atención sexual de los hombres, mientras que ellos encuentran su "protagonismo" en el trabajo. En los hombres, "el deseo de ser visto se transforma en el deseo de ver", es decir, en escopofilia. Todo lo cual termina, según Flügel y en lo que se refiere a su época, en el placer del hombre que disfruta, no de que le miren a él, sino de que miren a su esposa, que sí luce espléndida.

La "exhibición indirecta" de Flügel sería una derivada de lo que años antes (*Teoría de la clase ociosa*, 1899) Thorstein Veblen denominó "ocio vicario", donde el hombre, que mantiene a su familia, encuentra maneras de exhibir su

alto patrimonio en que su mujer y sus hijos no tengan que trabajar y se entreguen a actividades lúdicas prohibitivas, incluidas, en el caso de ellas (esposa e hijas), dedicar todo el tiempo del mundo a estar guapas.

Joanne Entwistle, en su extraordinario trabajo *El cuerpo y la moda* (2000), expone numerosas dudas sobre las líneas maestras de la teoría de Flügel. Entwistle sigue la visión de Foucault según la cual el cuerpo es moldeado por la cultura, vigilado y doblegado por la sociedad y por una autoridad panóptica. Y, al mismo tiempo, o a consecuencia de ello, "ya no nos contentamos con ver el cuerpo como una obra completada, sino que intervenimos activamente para cambiar su forma, alterar su peso y silueta".

Entwistle recorre una buena cantidad de ideas bellísimas sobre el cuerpo, debidas a otros autores. Dice Merleau-Ponty: "Nuestro cuerpo no está en el espacio como las demás cosas, sino que lo habita y lo frecuenta"; dice Ann Hollander: "El arte prueba que la desnudez no es experimentada ni percibida universalmente en mayor medida que la indumentaria. En cualquier momento, el yo sin adornos tiene más afinidad con su propio aspecto vestido que con cualquier otra entidad humana sin ropa en otros momentos o lugares". "¿Cuál es la relación entre un cierto tipo de cuerpo y la *feminidad*?", se pregunta Annette Kuhn.

La autora cuestiona los motivos populares de los que suele echarse mano para explicar el mayor atildamiento femenino: que las mujeres son frívolas por naturaleza, más preocupadas por lo trivial y superficial y necesitan arreglarse para ser elegidas por los hombres. Sin embargo, sí reconoce que una vez que el cuerpo femenino pasa a ser un cuerpo subrayadamente sexual, la mujer puede emplearlo en su propio beneficio. Aunque se deba a la presión social, hay margen de maniobra en mostrarse *sexy*.

La moda tal y como la conocemos hoy procede, nuevamente, del surgimiento de la burguesía. Como las esposas no trabajan, pueden y deben hacer ostentación de manera vicaria de la prosperidad de la familia. "La moda tiene la función de infundir sentido al cuerpo, al añadir capas de significados culturales, que, debido a estar tan próximas al cuerpo, se confunden como naturales", afirma Entwistle. Nuestra autora se alinearía con Judith Butler en cuanto al vínculo entre indumentaria y género. "Anunciamos nuestro sexo cuando nos vestimos según las convenciones de género".

El erotismo y sensualidad propios en exclusiva de la ropa femenina, según

los cánones actuales, no siempre estuvieron ausentes de la ropa masculina. Desde el siglo XII al siglo XVII, "las modas masculinas solían ser bastante eróticas". De hecho, las creencias religiosas penalizaban más a una mujer con ropa atrevida que a un hombre vestido de forma salaz, pues sólo a ellas se las consideraba provocadoras y problemáticas. En tanto una mujer se sabe mirada y juzgada, siempre considerará con sumo cuidado qué ropa ponerse. O en palabras de John Berger: "Los hombres examinan a las mujeres antes de tratarlas. En consecuencia, el aspecto que tenga una mujer para un hombre puede determinar cómo la tratará".

Joanne Entwistle localiza periodos históricos en los que los hombres pasaban tanto tiempo arreglándose como las mujeres, y nos habla de indumentarias masculinas llenas de adornos, con la entrepierna ceñida o abultada con relleno, y trajes plenos de colorido y nada discretos, al servicio de la coquetería del varón. "La nobleza de ambos sexos llevaba prendas ornamentadas de vivos colores y sofisticadas telas, así como maquillaje, pelucas y perfume". A finales del siglo XV, la vestimenta era tan fantástica y delirante que resultaba difícil distinguir desde lejos a un hombre de una mujer. Tanto ellos como ellas podían utilizar lazos, encajes, gorgueras o joyas. En el siglo siguiente, se puso el acento en la virilidad, con hombreras y braguetas almohadilladas.

Aún en el siglo XVIII, los hombres iban tan emperifollados que se les motejaba como "afeminados". Isabel I difundió su *Homilía contra el exceso* donde lamentaba este extremo, y acusaba a algunos nobles de "buscar sobresalir con atuendos caros".

Dado que no hay pruebas de que las mujeres deban exhibirse por naturaleza, Entwistle califica la ropa como una construcción social que depende directamente de la época en la que se vive, construcción social con la que casi todos nos alineamos en función de nuestro sexo.

En los primeros compases del siglo XIX la moda se amansó, y los hombres y las mujeres vestían de forma muy parecida, sin la desinhibida artificiosidad de siglos anteriores. Las primeras mujeres vestidas con pantalones aparecieron con el Movimiento Utópico de 1820, y sería habitual verlas hasta 1860. También la invención y popularización de la bicicleta sirvió para crear prendas femeninas "bifurcadas".

Sin embargo, pronto volvió el corsé, y en la época victoriana el vestido

femenino alcanzó su punto más alto de complejidad y recargamiento, con el miriñaque o crinolina como protagonista. Mientras, los hombres iban en traje o frac, casi siempre negro. La figura del dandy sirve para señalar que algunos hombres también podían buscar la atención ajena por su modo de elegir y combinar la ropa. Ciertos expertos consideran que la vestimenta victoriana no era en modo alguno represiva ni antierótica, como hoy pensamos. Siempre hay erotismo en el vestir.

Es la I Guerra Mundial la que sirve de frontera reconocible para la aparición de atuendos cada vez más eróticos entre las mujeres, cuando ya los hombres habían iniciado su (hipótesis) Gran Renuncia. Esto le sirve a Flügel (recordemos que escribe en los años treinta) para deslizar la idea de que no sólo nos vestimos para protegernos o presentarnos decorosamente ante los demás, sino también para exhibirnos. Y añade Entwistle: "La ropa no se lleva para esconder los mensajes sexuales, sino para hacernos sexualmente más atractivos".

El sentido concreto de las aperturas y destapes de la ropa femenina permite curiosas conjeturas, más allá de nuestra sospecha de que la ropa se abre siempre cerca de alguna zona erógena. Richard Sennett, por ejemplo, daría al escote una explicación verdaderamente imaginativa: es el "lienzo" necesario para lucir las joyas en todo su esplendor. Las modas cambian, la falda se va haciendo más corta (alcanzaría su límite en los años sesenta, con la invención de la minifalda), el vestuario femenino se piensa ya como incitador del deseo sexual. El historiador James Laver propone un motivo para que casi en cada década del siglo xx la mujer luzca un estilo de vestir distinto. A fin de mantener la atención de los hombres, su interés concupiscente, el diseño de la ropa va orientando la mirada hacia una parte distinta del cuerpo. Así, a veces se estila el escote, a veces mostrar las piernas o ceñir el trasero, y a veces destapar la espalda, no sea que el observador se aburra. El razonamiento resulta divertido, pero no sé si del todo convincente.

Laver se atreve además a afirmar que las mujeres son más narcisistas por naturaleza y en ellas prima "el principio de seducción". Se visten para estar guapas, mientras que los hombres se visten para alcanzar prestigio social.

En cualquier caso, el atrevimiento en la ropa femenina toma velocidad a lo largo del siglo xx, con todo tipo de novedades que van mostrando, a base de ceñir y recortar, sugerir y elevar, más piel y más carne y más estampas

excitantes del cuerpo de la mujer, mientras que la ropa masculina permanece prácticamente congelada en las mangas y perneras largas, las corbatas y los colores sobrios. Y la mirada de los hombres se va acostumbrando a este proceso de sorpresa sucesiva al punto de que es posible que una mujer en minifalda llamara tanto la atención en los sesenta como una mujer con la falda por las rodillas cuarenta años antes. Dado que lo erótico depende de la mirada, toda la ropa resulta erótica, al cabo.

O en palabras de Flügel, la ropa supone "un sonrojo perpetuo en la apariencia de la humanidad".

Según Eva Illouz, el siglo xx comenzó con el legado victoriano que separaba el yo público y el yo privado, de modo que el sexo fuera "la verdad escondida", sin ir más lejos, debajo de la ropa, de faldas con innumerables capas. Y termina, el siglo xx, privilegiando la sexualidad como "el lugar en el que ha de hallarse [precisamente] la verdad sobre nosotros mismos". Tu auténtico yo y tu liberación sólo parecen innegables si exhibes capital sexual.

18.

Aunque la mirada de los hombres sobre las mujeres parece bastante tosca (es guapa y la miro, está buena y la miramos; se mueve, la sigo con la vista), lo cierto es que esa mirada genera en ellos diversos aturdimientos de alguna complejidad. Al más conocido podemos llamarlo parálisis irrisoria, y es ya una escena clásica en viñetas y películas: un hombre que choca contra una farola por mirar el paso de una chica en minifalda. Los hombres se caen, se callan, se confunden o pierden trenes y aviones por la contemplación de belleza.

La mirada ciertamente bovina de los hombres sobre las mujeres atractivas acarrea además un miedo curioso. Ese miedo da sentido a la afirmación, que me hicieron varias personas al comienzo de este trabajo, de que, en algún punto, una mujer muy *sexy* puede tener más dificultades para ligar que otra menos llamativa. Los hombres ven tan apabullante la sensualidad de cierta mujer que enseguida se descartan, no ya como su novio o amante, sino incluso como mero interlocutor. Ni se plantean acercarse, abrir trato, pasarles la sal. Quizá haya cierta soledad singular en la belleza.

Lo interesante aquí es notar cómo la tía-buena va desmaterializándose, volviéndose simbólica, inalcanzable y casi abstracta en la cabeza de los hombres y a través de su mirada. El sexo mismo resulta utópico, incluso indeseable. Hay una atracción *saturada* de casi todos los hombres por un grupo

reducido de mujeres. Es una atracción tan intensa que se agota en sí misma.

Ante una mujer muy atractiva que aparece de pronto en escena, o incluso una conocida que un día decide sobreactuar su sensualidad, un hombre puede quedar noqueado, volverse mudo, balbucear como mucho, tirar algo, decir estupideces, incluso levantarse e irse. Lo digo porque lo he visto muchas veces y también porque me ha pasado. Diríamos que ser muy guapa y seductora da una pátina a tu presencia pública similar a la que puede derivarse de ser famosa. Un famoso nunca parece real, está siempre remitiendo a su condición fantasmática, a esas revistas, series de televisión o portadas de discos donde le vemos habitualmente. Ante tus ojos, no acabas de entenderle, tiene algo de espectro venido de otra dimensión, y su presencia también te paraliza y anula, porque su identidad está atrapada en la mitificación.

Este miedo, al cabo, nos habla de lo monstruoso. A fin de cuentas, la belleza excesiva resulta tan excepcional como la fealdad exagerada. "Ser que presenta anomalías o desviaciones notables respecto a su especie", es la definición del diccionario para "monstruo", y en esta definición podemos encajar tanto a la mujer más atractiva del planeta como al sujeto más deforme.

El miedo lleva a la obediencia. Ante una mujer superdotada físicamente el hombre se inclina por servir, sin apenas ser consciente de ello. El conductor de autobús deja subir o bajar en lugares no permitidos a las chicas jóvenes. El portero las deja entrar. Se les pagan comidas, copas, *tickets* sin saber por qué. Se ofrecen casas vacías en vacaciones, contactos laborales, se ayuda con una maleta muy pesada en el aeropuerto a una completa desconocida que, en pocos minutos, volará a la otra punta del planeta. Nunca se la volverá a ver.

Un lance típico de la mirada masculina sobre las mujeres es el automatismo del vistazo, que se asume como inevitable. El hombre mira el escote de una mujer, lo vuelve a mirar, va a pedir a la barra y, a su regreso, lo mira de nuevo. Babosos, maleducados, molestos. Mirar fijamente a una mujer durante más de trece segundos ha llegado a ser considerado acoso. Pero a veces uno se encuentra atrapado en esa mirada fija, el tiempo se detiene, la visión le ha pillado con la guardia baja, está confundido mientras mira, y alguien tiene que darle un codazo para devolverle al curso de los acontecimientos.

El hombre no-ve-más-allá, como dijimos al comienzo. No piensa que con esa chica puede mantener una conversación, no se pregunta por qué luce tan despampanante, no considera que circule siquiera por su mismo plano de

realidad.

Y, sin embargo, un vínculo se genera, una ilusión dentro de la ilusión. Si bien un hombre corriente no se atreve a acercarse siquiera a una modelo, o a una presentadora de televisión o una actriz, tampoco tiene en cuenta que esa mujer podría *no gustarle*. Uno proyecta en la belleza lo que uno es. Se trata de uno de los procesos más fascinantes de la mirada. Si uno lee libros y acude a la filmoteca, la mujer atractiva también debe hacerlo; si, por el contrario, uno no frecuenta la cultura, la mujer atractiva tampoco lo hará. La mirada finalista del hombre no consiente que la auténtica distancia entre dos desconocidos, que es una distancia medida en palabras, ponga en cuestión el encantamiento. Ideología, prejuicios, clase social, nivel educativo…, todo queda en suspenso, inclinado como mínimo a coincidir plenamente. Iniciar una conversación, en realidad, es un riesgo.

Por eso, muy probablemente, el encantamiento no moviliza, sino que paraliza. Del mismo modo que no es recomendable conocer al autor cuya obra nos fascina, hay cierto reparo en conocer a la mujer cuya obra nos fascina, siendo la obra su propia producción física. Sólo puede echarla a perder.

Curiosamente, los hombres llegan a establecer incluso quiénes de entre ellos están legitimados o capacitados para abordar a una mujer despampanante. En un episodio de *Los vigilantes de la playa* (que acaba de venirme a la cabeza) un vigilante le dice a otro, con relación a una mujer muy atractiva que camina por la playa: "Olvídate. Ella juega en otra liga". Aún recuerdo lo chocante que me resultó, de adolescente, la noción misma de *en otra liga*.

De un modo similar, pero aún más jerárquico, se comportan los hombres permanentemente sobreexcitados de *Los lobos de Wall Street* (2013) en la secuencia donde el jefe de todos ellos, interpretado por Leonardo DiCaprio, conoce a la que será su novia, en perjuicio inmediato de su todavía esposa. La plantilla al completo de la empresa se encuentra en una mansión, disfrutando de una gran fiesta, y la llegada de una nueva chica (Margot Robbie) es percibida de inmediato por los jefecillos, ayudantes y conmilitones de DiCaprio. Lejos de ser ellos mismos los que se acercan a la, de pronto, mujer más deseable de la fiesta, corren automáticamente a avisar a su jefe –es decir, al que más dinero y poder acumula de entre todos los hombres allí reunidos– de que hay en la casa una mujer que puede interesarle. Una mujer a su altura.

Las únicas mujeres muy atractivas, muy sexies o muy sensuales ante las que

un hombre corriente ya no tiene miedo ni sufre parálisis son aquellas con las que se ha acostado. El sexo rompe, para bien o para mal, la sumisión. Aun así, es tal la paradoja que se da en relación con el icono sexual –paradoja que consiste en que lo sexual mismo acaba siendo indefinidamente postergado– que una modelo llegó a afirmar su completa seguridad de que cualquier hombre ordinario, puesto en la tesitura de elegir entre acostarse con ella y que nunca lo supiera nadie, o pasear de su mano por el centro de la ciudad durante un rato, elegiría esto último sin dudarlo. La mirada masculina también busca producir más miradas masculinas.

Sin sexo, todo es distancia, y es esa distancia la que construye el ideal indulgente que caracteriza la mirada de los hombres sobre las mujeres. Es un ideal porque se cree que lo que se mira o se ve es mejor por sí mismo y en todos los órdenes, muy concretamente en un hipotético acto sexual. La mirada se anticipa a ese imposible encuentro carnal y da por hecho que, cuanto más guapa es una mujer, cuanto más tía-buena, más placenteras serán las relaciones sexuales con ella. Incluso sabiendo que no hay relación directa entre satisfacción sexual y belleza de la acompañante, la mirada convence al hombre de que eso mismo resulta manifiesto.

El ideal es indulgente porque no importa que la mujer señalada en una foto o en una película o en un anuncio no se corresponda con una mujer real y sea todo falso, los pechos, el pelo, la cintura. No importa cuánta cirugía y cuánta manipulación digital hay en una imagen, cuánta diferencia con la mujer de carne y hueso, cuánto maquillaje, cuántos postizos. Las mujeres zarandean a los hombres y tratan de abrirles los ojos: ¿no ves que es todo mentira, que esa mujer no existe? Pero los hombres sólo piensan: ¿y qué?

19. Waifu y WAG

Que una tía-buena no exista puede llegar a ser literal. Los dibujos animados para adultos, y no pocos de los destinados a adolescentes o niños, han generado una corriente fanática que resulta casi inverosímil: el amor por un personaje femenino voluptuoso.

El fenómeno, que se conoce como *waifu*, es quizá el punto más alto donde podemos situar el proceso de abstracción que la mirada masculina genera sobre el cuerpo de las mujeres. Esta abstracción, que deriva del hecho de que, en rigor, nunca se va a conocer en persona a determinado icono sexual y, desde luego, nunca se van a mantener relaciones sexuales con él, justifica plenamente

que, para algunos hombres jóvenes, un personaje de ficción sea tan válido en tanto objeto de enamoramiento como una cantante internacional o una actriz de moda.

Las chicas dibujadas, mayormente en la animación japonesa (*anime, manga*), y también en los videojuegos, extreman el ideal de belleza femenina hasta desnaturalizarlo. Así, si lo que se señala como más sexy son los pechos grandes, los culos prominentes, el cabello bonito y la juventud, el *anime* genera mujeres con cara y altura de niña, con el pelo verde o rosa y un busto descomunal. Nada impide al dibujante crear cuerpos que, en el mundo real, no podrían ni sostenerse en pie. Tampoco hay obstáculos a vestirlas con atuendos improbables, con los que objetivamente no podrían siquiera caminar, o a crear escenas picantes donde los pechos y el culo se muestran en primer plano, muchas veces en función de una narrativa ingeniosa y no necesariamente sexual. En una escena que vi (y extravié) en YouTube, una joven con estas características debía pesarse para una competición. Como pesaba demasiado según los límites impuestos, un amigo se acercaba por detrás, le ponía ambas manos debajo de los pechos y se los levantaba. Así su peso era el correcto.

La *waifu*, romanización del inglés *wife* (esposa), ha producido todo un mercado en la, así llamada, cultura *otaku*, que incluye figurillas de plástico, pósteres o aplicaciones. También se comercializan almohadas con el cuerpo completo del dibujo animado. Es común que algunos aficionados adopten una *waifu* en calidad de novia y hagan con ella cenas en Navidad y por el Día de San Valentín. Luego suben fotos de esos bonitos momentos en sus redes sociales.

El origen del término se sitúa en el año 2002 (concretamente, según WaifusWiki, en una escena del episodio 15 de *Azumanga Daioh*), aunque su aparición en búsquedas de Google no llegaría hasta 2011. Hay concursos de *waifus*, tops de mejores *waifus* y buscadores de tu *waifu* ideal. Puedes elegirla en función del pelo, la raza, la personalidad o el estado. Por ejemplo, puede ser una *waifu* "viva, fallecida, reencarnada, revivida o en coma"[16].

Paralelamente, debemos fijarnos en otro concepto en principio no poco alejado del anterior, como es el de WAG. El acrónimo, muy exclusivo, se refiere a "mujeres y novias" ("wifes and girlfriends") de deportistas de élite. Ya es impresionante que alguien haya decidido bautizar a un grupo muy reducido de mujeres bajo una denominación concreta, fundamentada en la profesión de

sus parejas.

La WAG, entonces, es una mujer cuya única marca social es salir o estar casada con un futbolista o un jugador de rugby muy conocido. No suele tener trabajo, o no uno que la descabalgue de su oficio principal: ser soporte de un hombre. Así, es habitual ver comitivas de WAGs en las grandes finales, con sus palcos propios y un gran glamour desbordándolos. En estas ocasiones, podemos comprobar el común denominador de la WAG: es una tía buena, la supermujer, estéticamente hablando, totalmente entregada a su función decorativa. En la WAG se reúnen todos los atributos, naturales o falsos, del capital erótico femenino. La belleza, el maquillaje, la ropa de marca prohibitiva, las joyas y bolsos y relojes, y una actitud siempre consciente de la propia imagen, que es, al cabo, la imagen de su novio, estrella del tenis o del fútbol.

Como hace más de un siglo, la WAG representa el ocio vicario del hombre prominente, la prueba de su éxito en sociedad. En palabras de la cantante Jamelia, su única función es "gastar el dinero de su novio". En rigor, ser guapa, mantenerse en forma, estar a la última moda y dar que hablar por la belleza y sensualidad que se desprenden constituyen su trabajo diario.

Hay, en realidad, ciertas similitudes entre *waifu* y WAG, más allá de la aliteración. Si los jóvenes japoneses que renuncian a una relación amorosa real por parecerles demasiado complicada se conforman con una novia de dibujos animados, los grandes deportistas de éxito, millonarios y así mismo muy atractivos, parecen obligados a presentarse en sociedad ennoviados con una mujer cuyo capital erótico sea equivalente al patrimonio neto que ellos ostentan. De hecho, resulta inimaginable que un hombre de éxito tenga como esposa a una mujer poco atractiva, lo que a su vez no deja de ser una forma de simplificar las relaciones amorosas. Si el único criterio de emparejamiento es la belleza destacada de la futura cónyuge, el futbolista campeón de Europa sólo tiene que basar su elección o coqueteo en cuestiones escópicas. Es mirar, y no hablar, ni llevarse bien, ni tener algo en común o ser inusualmente complementarios en la cama, lo que define el vínculo. Así, la WAG y la *waifu* son, en muchos momentos, totalmente iguales, dado que un deportista de alto nivel quizá no vea a su novia en varios meses por diversas cuestiones de agenda, al punto de que puede contemplarla más en las revistas y en los programas de cotilleo que cara a cara y decir es mi novia, esa que aparece en

pantalla, en portada, de la que habla todo el mundo y junto a la que no paso en realidad ni la mitad de mi vida, es mi novia.

La mirada de los hombres sobre las mujeres encontraría en estas parejas plásticas y, en ocasiones, más cercanas al pacto comercial que a la relación sentimental propiamente dicha, su estación término. Si los hombres miran a las mujeres más bellas del planeta conscientes de la distancia insalvable que media entre ellos, estos emparejamientos por arriba (el gran dinero y el gran capital erótico) son a su vez una ficción óptica, creada para lucir bien en Instagram como final feliz de tanto mirarse. Pero en sí mismas no son sino una reactivación de la mirada.

De hecho, es probable que muchos hombres que salen con mujeres icónicas por su belleza o sensualidad no busquen en estas relaciones otra cosa que ser vistos, admirados y envidiados, siendo para ellos irrelevante el propio acto sexual (y no digamos cierta vida en común), por mucho que lo que otros hombres ven y envidian sea la hipótesis de que esa sea la mujer con la que se acuestan.

III. Las mujeres se contemplan a sí mismas

"Las mujeres también me miraban".
Amor, Maaya Etian

20.

Mientras avanzo en este libro, escucho sin querer una canción de Nathy Peluso. Además, cambio de novia, esto no sé si queriendo o sin querer. Ambos accidentes me proporcionan más ideas para *Tía buena*.

En rigor, se cumple un año desde que empecé este ensayo. Un año entero mirando *de más* a las mujeres, leyendo libros y encontrando pistas sobre mi tema en cualquier película que vea, en cualquier serie y en cualquier canción.

La de Nathy Peluso no tiene título. Dentro de las populares grabaciones que el productor argentino Bizarrap hace en colaboración con diferentes artistas, figura como *Sessions #36*. Ni siquiera me gusta particularmente. Pero ahora, metido de lleno en un libro sobre la mirada concupiscente, el primer verso de la letra me interesa: "Qué buena vista tenés cuando me ponés a cuatro patas". Así empieza.

"Qué buenas vistas tienes cuando me pones a cuatro patas". Me permito ponerlo en *mi* español para ver mejor la frase, pues se me antoja fascinante. Berger nos dice que "las mujeres se contemplan a sí mismas mientras son observadas", y Nathy Peluso hace eso mismo en el comienzo de su canción, en lo que parecen los prolegómenos del acto sexual. No afirma que está a cuatro patas o que el hombre quiera ponerla a cuatro patas, como puede escucharse de hecho en muchas otras canciones de *trap* o *reggaeton*, sino que se sitúa en el lugar del hombre que la contempla en esa postura, para empatizar con el placer visual que sabe que está recibiendo. La cantante, o el personaje que a fin de cuentas nos habla en la canción, conoce su cuerpo, y conoce también los

ángulos más favorecedores desde los que puede mirarse, siempre según los criterios masculinos. En este sentido, además, muestra una alta autoestima.

Quizá, de no haber leído *Modos de ver,* habría pasado por alto la sutil sintaxis de este primer verso de *Sessions #36*. Me habría quedado en la provocación de una cantante que se describe a sí misma a cuatro patas, como seguramente le pasa a la mayoría de los oyentes, a los que ese "a cuatro patas" excita o desconcierta, haciendo olvidar que el marco narrativo es el de alguien que se sabe objeto de observación y se considera a sí mismo una "buena vista". "Si se entera de esto, mi papá te mata", dice después.

Mi nueva amiga se pasea desnuda por la casa. Le pregunto por qué. Nos hemos conocido hace poco y, las primeras veces, esos paseos sin ropa por su propio domicilio me parecían causales, consecuencia misma de estar ya desnuda después de acostarnos. Pero se pasea desnuda a todas horas, siempre que puede, por la mañana y por la tarde. Le gusta estar desnuda. Las ventanas de su piso, tres balcones, de hecho, están abiertas; las cortinas, descorridas. Al otro lado de la calle hay, a menos de veinte metros de distancia, innumerables viviendas con innumerables ventanas. Desde alguna de ellas, alguien puede verla. Alguien debe de haberla visto ya.

En una primera ocasión, me dediqué a echar las cortinas yo mismo, como si mi amiga no se hubiera dado cuenta de que se paseaba desnuda a la vista de todo el vecindario. Era gracioso verme velar por la intimidad de alguien cuya intimidad le importaba tan poco. ¿Qué haces?, me dijo. Hombre, no sé. Me da igual, dijo.

Cuando le pregunté por qué paseaba desnuda por la casa, sabiendo que podía ser vista y hasta fotografiada o grabada desde los edificios de enfrente, me contestó que le gustaba exhibirse. Lo dijo literalmente: "Me gusta exhibirme". Esto me pareció bien, pero no entendía que le gustara exhibirse a voleo, sin mirones concretos a los que excitar y saber que los excitaba. Quizá no había nadie mirando, por lo que exhibirse carecía de sentido. Quizá hubiera alguien mirando, pero ella no sabía desde qué ventana, o si era un chaval o un señor casado o un anciano, o mujeres, de modo que, al cabo, era como si nadie la viera desnuda.

Tenía un bonito cuerpo y, por eso mismo, según me dijo, le gustaba recrearse en su lucimiento, siendo para ella indiferente si un vecino en concreto, desde un segundo o tercer piso, había descubierto su rutina, y acaso

la miraba cada día, atónito ante la desnudez despreocupada de esa mujer al otro lado de la calle.

Mi amiga, en fin, se observaba a sí misma *en la mera posibilidad* de estar siendo observada. Y le complacía. Del otro lado no había hombres, sino la mirada misma, amplia, general, gratificante. Veinte o treinta ventanas vacías.

21. "Belleza revelada"

En esta historia sí hay un hombre concreto: Daniel Webster; aunque la protagonista sea ella, la pintora Sarah Goodridge. Webster fue un prestigioso abogado en Estados Unidos durante la primera mitad del siglo XIX y ocupó importantes cargos políticos durante toda su vida. Fue miembro de la Cámara de Representantes, senador por Massachusetts y finalmente Secretario de Estado. Lo que nos importa es que, supuestamente, tenía una amante, Sarah.

Nacida como él en Massachusetts, y seis años menor, Sarah Goodridge pintaba miniaturas, particularmente retratos. Su hermana pequeña, Elisabeth, también fue miniaturista, dentro de una tradición pictórica que en Estados Unidos se remonta hasta el siglo anterior, cuando este género figurativo llegó importado desde Inglaterra. Eran cuadros pequeños que servían para que los nobles, y luego los más ricos, se pusieran cara entre ellos, no pocas veces para acordar matrimonios o recibir peticiones en ese sentido. Sarah Goodridge viviría toda su vida de pintar miniaturas urgentes de personas que necesitaban ser vistas y valoradas por otras personas que vivían lejos.

Retrató doce veces a Daniel Webster, siendo su retrato de 1825 el más conocido. Él estaba casado con Grace Fletcher desde 1808, con la que tuvo cuatro hijos. Sarah Goodridge permaneció soltera toda su vida. Oficialmente fueron muy amigos. Ya se sabe lo fácil que es adjudicar amoríos a figuras históricas que no pueden defenderse, sin más pruebas que la imaginación documental. Simplemente había rumores en la sociedad de la época sobre la promiscuidad de Webster y sobre la posibilidad de que Goodridge fuera su amante. Él le enviaba unas cuatro cartas al año desde Washington. Ni siquiera tenían muchas ocasiones de verse.

En todo caso, Grace Fletcher falleció en 1828 y enseguida, ese mismo año, Sarah Goodridge le envió una miniatura recién pintada al viudo. Era un retrato de sus pechos. El título es importante: *Belleza revelada*. Se trata de una acuarela sobre marfil, de 8 centímetros de ancho por 6,7 de alto, donde no se

ve otra cosa que el busto de la pintora, orlado por gasa blanca. Esta revelación de belleza, según las especulaciones que podemos leer a varios expertos e historiadores, buscaba decantar las opciones de segundas nupcias de Webster hacia Goodridge. Sin embargo, enseguida, en 1829, el ya senador contrajo matrimonio con Caroline LeRoy, quince años más joven que él y perteneciente a una adinerada familia neoyorquina. Tuvieron dos hijos.

El gesto de Sarah Goodridge es hoy prácticamente legendario. Podríamos catalogarlo como el primer *selfie* erótico de la historia, o un *sexting* primitivo. Si cualquiera de nosotros dispone de un móvil para caer en la tentación de enviar fotos excitantes a un amigo o amante, sólo Sarah Goodridge disponía del talento artístico, y del arrojo, para hacer algo similar hace doscientos años. Debemos imaginarnos la mezcla de azoramiento y pionera libertad que debió poseerla cuando empaquetó el cuadrito y se lo hizo llegar a David Webster. También podemos figurarnos el impacto que recibir un par de senos dibujados *y reales* debió causar en el senador.

Belleza revelada es un título estimulante. Quizá si la artista consideró que revelaba algo se debe a que, contrariamente a los rumores, el destinatario del cuadro nunca lo había visto. Si esa belleza fuera conocida, sería entonces *regalada* o *preservada* artísticamente, no descubierta por primera vez.

Sarah Goodridge además podría haberse retratado a sí misma de cuerpo entero (desnuda o no), o en la pose de la canción de Nathy Peluso, o en cualquier otra; o haber elegido la cara o quizá las piernas. Pero eligió sus pechos. Esa opción exhibicionista no deja de ser expresiva: conocer el propio cuerpo, decidir qué parte puede resultar más valiosa para la contemplación, trabajar pincelada a pincelada en su modelado pictórico, quizá un punto idealizado; enviarlo. ¿A cambio de qué? Tal vez a cambio de nada, del propio gusto por tener unos pechos bonitos por siempre retratados y saber que otro los va a mirar y a guardar también durante toda su vida.

Cuando Webster murió, en 1852, la familia encontró entre sus bienes relictos un par de pechos, en efecto. Los guardaron hasta 1980. Los pechos pasaron de generación en generación, el cuadrito sicalíptico heredado sucesivamente a lo largo de ciento cincuenta años, quizá más o menos exhibido en casa según las décadas y la moral reinante. En 1981 fue adquirido en una subasta en Christie´s por 15.000 dólares. Desde 2006, la miniatura se exhibe en el museo Metropolitan de Nueva York.

Cada año pueden ver los pechos de Sarah Goodridge unos siete millones de personas.

22.

Como soy de natural tímido, de haber nacido mujer supongo que habría sido como determinadas mujeres que he conocido a lo largo de mi vida: las que no se maquillan nunca o casi nunca, las que no exhiben ninguna parte de su cuerpo, las que renuncian a los vestidos cortos y los pantalones muy ceñidos. No pasarán una hora delante del espejo. No las verás con escote. Tienen en casa –y eso con suerte– un lápiz de ojos. Es el mismo desde hace cinco o diez años.

Me fascina, llegados a este punto, el instante en el que una chica debe elegir que la miren, controlar cómo la ven o dar un primer paso en la práctica de exhibirse. Como decía Wolf, es una disciplina que lleva tiempo: saber pintarse, conocer los cosméticos, sus variantes, sus marcas, atreverse a un corte de pelo, a un tinte, a una minifalda, tu primera minifalda.

"Es verdad: las mujeres se ponen guapas".

Nancy Huston afrontó todos estos misterios y servidumbres en *Reflejos en el ojo de un hombre*. No hay muchos testimonios por escrito que se le parezcan: una mujer reflexiona única y exclusivamente sobre qué significa ser mirada.

Huston se desmarca del feminismo hegemónico o posmoderno y pide reconocer lo evidente: los hombres miran y las mujeres son miradas; la mirada del hombre sobre la mujer es innata e incontrolable; las mujeres desean ser miradas; el feminismo nunca ha podido explicar la coquetería femenina. Eso afirma.

Como Arthur Schopenhauer hace doscientos años, la belleza femenina para Huston viene marcada por criterios reproductivos: la juventud, la buena salud, los pechos grandes y las caderas anchas. Que la sexualidad esté hoy desvinculada de la reproducción no impide que estos criterios sigan dirigiendo el deseo masculino hacia las mujeres.

Lo que nos interesa ahora, como decimos, es ese instante primero de exhibición, o de renuncia a la exhibición, que le llega inevitablemente a toda chica. ¿Cuándo, cómo, con qué consecuencias?

Nancy Huston, que toma su propia vida como modelo de sus proposiciones sociológicas (con los peros que esto pueda suscitar), considera que es a los seis o siete años cuando una niña se sabe mirada, y cuando los niños empiezan a

mirar. No me recuerdo mirando a las chicas a tan tierna edad, para ser sincero. También es verdad que no podría decir que recuerde nada de mis seis o siete años.

Amarna Miller, por su parte, propone una frontera más sensata y predecible: la pubertad. "Tras ser dulcemente ignorada durante años", escribe[17], "la gente empieza a prestarme atención. Especialmente, los chicos. Pese a los intentos desesperados de ser vista como la misma chica de siempre, pasas a formar parte de otra categoría, como si un alienígena de pechos redondeados y pelo sedoso hubiese ocupado tu cuerpo hasta ahora humano para hacerse pasar por ti. Es casi como hacerse famosa. Te has convertido sin quererlo en un objeto de deseo, una tentación".

Resulta muy expresivo el símil de Miller: *es como hacerse famosa*. La fama, a fin de cuentas, y según grados, es la incapacidad de permanecer oculto, y tener que lidiar por tanto, en tu vida cotidiana, con la fiscalización constante de tu aspecto y de tu comportamiento. Una vida en vigilancia.

El balance de Amarna Miller incide en la importancia de las películas, las series y las revistas, que ofrecen a las chicas la imagen de "supermujer" a la que deben aspirar. "¿Qué significa exactamente ser femenina?", se pregunta la autora. Convertirse en objeto de deseo, parece responder el mundo. "¡Soy objeto de deseo! ¡Tengo cuerpo y estoy dispuesta a mostrarlo!", celebra la adolescente, cuando entra en el juego. Porque de eso se trata, sentencia Miller, del juego de la feminidad.

Amarna se pasa horas y horas mirándose al espejo; descubre que no es necesario ser realmente la más guapa para sumergirse en las sinergias sexuales de los adultos, mirar y ser mirada, coquetear y rechazar, competir. Y la consecuencia es inmediata: siendo una chica deseada, tu autoestima sube.

Nancy Huston menciona en este punto el desdoblamiento que empezó a vivir desde niña. Las chicas se saben miradas y, por tanto, tratan de controlar lo que los hombres miran en ellas, lo que sugiere al cabo la necesidad de conocer qué miran los hombres en las mujeres, qué les gusta. Ahí el espejo, un simple instrumento de múltiples usos, se vuelve de pronto mítico para una chica, confidente, cruel, diario[18].

Huston se lanza a continuación a especulaciones freudianas más discutibles. Afirma que las mujeres totalmente obsesionadas por ser atractivas para los hombres arrastran algún tipo de conflicto con su padre, ya fuera porque el

padre estaba ausente, ya porque estaba *demasiado* presente. También acuña una desconcertante "voluntad de correr peligro". Puestas en la tesitura de agradar, en el vicio de recibir aplauso masculino, algunas chicas, dice Huston, harán justamente todo lo necesario por tensar la cuerda, entrando donde no deben, con quien no resulta recomendable, a las horas menos sensatas.

Si las mujeres se preocupan por su físico, se debe a que los hombres valoran en ellas el físico en primer lugar. "El aspecto poco llamativo es signo de un hombre responsable, trabajador y que se dedica a su familia". Huston no descarta, entroncando con Baudrillard, que el cuerpo masculino pudiera convertirse también en "objeto de consumo", pero la realidad de momento no acaba de inclinarse en esa dirección.

Muchos hombres, en fin, miran; y entre ellos, sugiere Huston con enorme perspicacia, surge una tácita camaradería, la que se deriva de esta afinidad refleja: "Sí, yo también miro a las chicas".

23. El duelo

Recuerdo un extraño periodo adolescente en el que tomé la decisión de no mirar a las mujeres. Me admira imaginarme, con quince años, imponiéndome semejante disciplina. Había algo incluso demasiado maduro en un chaval que, después de descubrir los cuerpos de sus compañeras, y de cientos de mujeres, y el efecto que le causaban, es capaz de controlar su mirada natural y, en fin, reprimirse. Cada vez que notaba la presencia de una mujer atractiva, dirigía la vista hacia otro lado, o la fijaba férreamente en sus ojos, si la tenía delante y debía interactuar con ella.

No guardaba esto relación alguna con una represión católica, ni con el pecado o el mal, sino con una especie de resistencia a una fuerza magnética que ya sospechaba muy poderosa. Notaba yo un enorme poder en un cuerpo que pasaba delante de mí y, realmente, hacía mi pequeña revolución antierótica negándome a mirarlo.

Las profesoras de inglés de mis años de bachiller eran siempre jóvenes y atractivas, y recuerdo estar a punto de enloquecer cuando daban clase en falda, más bien corta, y se sentaban a la mesa en el estrado junto a la pizarra, y cruzaban las piernas debajo del tablero, a la vista de toda la clase, pues la mesa no tenía cubrimiento frontal. Por ahí deduzco que un día decidí luchar contra este enloquecimiento.

Hay un lance que me parece crucial en relación con la mirada de los

hombres sobre las mujeres, lance al que podemos denominar juguetonamente "el duelo". Es tan sencillo como cruzarse con una mujer en la calle. Una mujer bonita.

En el periodo del que hablo, un día paseaba por Segovia y me adelantó una chica en minifalda (quizá decore un poco este recuerdo, pero no puede ser de otra manera). La coreografía del asunto merece explicarse en detalle. Yo camino en un sentido y esta chica, que va en el mismo sentido, me adelanta. Yo la ignoro, aunque registro que va en minifalda y es muy mirable. Justo en ese momento, veo a un compañero de clase venir hacia mí. Tenemos quince, dieciséis años. Le saludo al paso y seguimos nuestro camino (la chica estaría ahora solamente a unos metros de distancia del punto donde ese amigo y yo nos hemos cruzado). Enseguida, casi maquiavélicamente, cuando ya mi compañero de clase me ha dejado atrás, vuelvo la cabeza hacia él, y le veo en el clásico gesto de mirarle el culo a la chica que sigue delante de mí. Es una pose conocida: parado, de pie, con el cuerpo dirigido al frente y el cuello violentamente girado hacia atrás, la cara un poco inclinada mientras los ojos devoran un cuerpo que pronto se perderá por las calles.

Mi amigo, tras unos segundos de evaluación (la minifalda), alzó los ojos y me vio mirarle. Me vio mirarle mirando a una chica, y puso una cara como de estar siendo pillado en falta, muy graciosa, no poco avergonzada. Dijo algo como: "Qué quieres", y alzó las manos (aún lo recuerdo) y se alejó sin más.

Después de este periodo que digo, donde realmente me sentía un ser superior, nietzscheano, que controla las pasiones vulgares y se burla de la debilidad de sus congéneres, me rendí a la normalidad, que no es otra que dejarse llevar por la belleza.

Así, pasadas ya décadas, nunca me he cruzado con una chica joven por la calle sin sentir incomodidad. "Una chica guapa, muy joven y muy guapa, es una especie de violencia", dice Nancy Huston. Hablo, realmente, de esa situación como de *far west*, donde vas solo por la acera y, a lo lejos, ves a una chica guapa, con la que inevitablemente te vas a cruzar. Me he analizado largamente en estos duelos.

Primero, uno desatiende a la chica, trata de caminar con naturalidad, pero ya los pasos son otros, totalmente envenenados por la conciencia de que, en pocos segundos, tendrás al lado a una mujer que sabes muy sexy. Una desconocida. Hay algunas miradas puntuales, que podemos calificar

piadosamente como involuntarias, y aun así muy educadas, nada agresivas ni señoriales: uno está en posición de servidumbre, de noqueo, de dependencia. No quiere mirar, pero mira; no quiere molestar, y sin embargo es imposible no ver lo que tienes delante, cada vez más cerca, y sentir que resulta evidente tu excitación.

He notado, por ejemplo, que no sólo trato de caminar al mismo ritmo indistinguible al que caminaba antes de la aparición, sino que me propongo no hacer el menor gesto, disimularme en cierto envaramiento. Y, sin embargo, siempre que llega el momento del cruce, hago algo. Algo tan sencillo como tocarme la nariz, cambiarme de mano un libro o, incluso, tragar saliva. No puedo evitar una reacción o derivar esa reacción hacia un gesto cualquiera.

Nada dice Amarna Miller, ni otras autoras a las que voy leyendo, sobre esta situación cotidiana.

Lo que sí sé, o deduzco y observo, es que esa chica que me pone nervioso está acostumbrada a esa situación, y ha adoptado, como todas las demás, cierta actitud soberana. Salvo que el cruce vaya a producirse con un grupo de chicos maleducados, que seguramente harán un comentario, y no digamos si media el alcohol o determinadas alegrías excesivas, en estos cruces la mujer pasea su indiferencia, muy trabajada después de tantos años enfrentando la mirada de los hombres. Se sabe, considero, en posición de superioridad. Eres tú el que no puede evitar mirarme; tú a mí me das igual.

Me hace gracia, y lo he observado mucho estos días de verano en que escribo, la velocidad singular a la que camina una chica atractiva cuando va sola por la calle, por la tarde, por ejemplo. También sucede en el Metro, donde tantas chicas jóvenes se desplazan muy rápido por pasillos y escaleras, que muy habitualmente (hacer ejercicio, pienso) suben a pie. He pensado que esta velocidad tiene que ver con el deseo de no ser mirada en exceso, de no dar tiempo a un hombre a acostumbrarse a lo que ven, como si la fugacidad fuera la mejor manera de evitarse problemas. Parecen tener prisa, llegar tarde, pero sólo están evitando que la mirada masculina se recree, moleste, se transforme en un acercamiento o en una u otra frase introductoria. También su cara, muy comúnmente, obedece a los mismos criterios: cabeza alta, rostro serio, mirada al frente, un halo general de duro desdén.

Hay algo aún más rocambolesco que estos encuentros cara a cara en la acera de sombra de una calle. Y son los encuentros de espaldas, lo que podemos

llamar acoso figurado o seguimiento falso.

Aquí la coreografía la da habitualmente el Metro. Desde el punto de vista de una mujer, hay un hombre que lleva detrás de ella varios minutos. He bajado del tren, considera, he ido por pasillos y escaleras, he salido a la calle y el mismo tipo sigue detrás de mí, me sigue. Desde el punto de vista del hombre, todo es más sencillo: esa chica que tengo delante, que además es bastante guapa, va exactamente en la misma dirección que yo, ¿qué voy a hacer?

Me ha pasado varias veces a lo largo de mi vida y mi amigo Juan Soto Ivars escribió además una columna sobre ello, de modo que deduzco que el percance es completamente corriente. Hablo del miedo de ellas a tener detrás a un acosador, y también de la sensación rarísima de ellos de parecerlo. La vida, las fluencias circulatorias de la gran ciudad, a veces hacen coincidir a dos personas durante un largo tramo peatonal. Si una va delante, y es mujer, y la otra es hombre y va detrás, ¿quién sabe lo que está pasando?

Parece como si la estuviera siguiendo, piensa uno mismo cuando, por pura casualidad, una chica, que además te parece atractiva, no deja de estar nunca delante de ti. Y eso piensa también la mujer, cuando, en un momento dado, se vuelve y te mira, y luego aprieta el paso.

Como digo, es rarísimo (y no poco kafkiano) verse en el papel de violador probable, o acosador o quizá simple ladrón de bolsos, cuando uno sabe perfectamente que todo es puro azar. Por ello, no son pocas las ocasiones en las que, yo al menos, me paro en seco, dejo alejarse hasta perderla de vista a la chica que cualquiera-diría-que-estoy-siguiendo, y luego reanudo la marcha. También suelo cambiarme de acera, o, al menos, no caminar perfectamente alineado a ella. Todo porque la mirada masculina, aun la más neutra, puede malinterpretarse hasta sugerir la antesala del delito.

24.

Ya instalada en el juego de la feminidad, con quince, dieciocho, veinte años, una chica afronta numerosas dificultades mientras va averiguando el propio mecanismo de la mirada, si acaso averiguarlo entra en sus planes. No todas las mujeres se paran a pensar el mundo, del mismo modo que no todos los hombres saben siquiera de qué va el mundo. Muchas veces somos arrastrados por la costumbre, lo real, la seducción reinante.

Esther Tusquets le dio algunas vueltas a ser mujer, y a ser atractiva, en

1979, en un artículo titulado muy expresivamente *Cuando el placer de gustar a los demás se convierte en una obligación incómoda*. "Nosotras somos educadas para gustar (sobre todo para gustarles a ellos), mientras que ellos no son educados básicamente para gustar a nadie, son educados casi siempre para triunfar; es el hecho de triunfar lo que les hace seductores", escribía.

Tusquets analiza a vuela pluma algunas consecuencias derivadas de la obligación de lucir siempre mona, indignada ante la evidencia de que la "cotización" como ser humano de una mujer se establezca directamente a partir de su prestancia física. Comenta, por ejemplo, cómo las mujeres hablan entre ellas de una forma, y de otra muy distinta con los hombres. "¡Ya veis, muchachos, se nos cambia la voz! ¡La voz y la mirada y la sonrisa y hasta el ánimo!". También se maravilla de que las mujeres afronten con entusiasmo una operación de cirugía estética, mientras que una operación de apendicitis las aterroriza. Considera los zapatos de tacón "el símbolo máximo del sometimiento femenino". Finalmente, se resigna a que incluso los hombres más inteligentes y sensibles que conoce (Francisco Umbral, Luis García Berlanga…) vean a las mujeres como objetos, y las prefieran "jóvenes y bellas, líricas y sumisas". La cultura, la inteligencia y la creación artística no hacen de un hombre un interlocutor más amable con las mujeres, ni menos básico.

Casi medio siglo después, las cosas uno diría que siguen prácticamente igual, como prueba el hecho de que las palabras de Esther Tusquets podrían haber sido escritas ayer mismo.

"En todo momento eres objeto de miradas y constantemente tienes que tomar decisiones al respecto", nos dice Nancy Huston ya en el siglo XXI. Decenas de pequeñas preguntas piden solución a diario en la cabeza de nuestra chica de quince, dieciocho o veinte años: ¿Me queda bien?, ¿me favorece?, ¿pega esto con esto? ¿Me mira?, ¿me cambio de acera?, ¿ando más deprisa?, ¿me paro?, ¿me tapo?, ¿me estaba mirando? ¿Cruzo las piernas?, ¿le miro?, ¿le digo algo?, ¿le reprendo?, ¿me voy? ¿Qué me pongo para la entrevista de trabajo?, ¿no es demasiado sexy este vestido? ¿Qué me pongo para conocer a sus padres?, ¿no es demasiado sexy este vestido? Etcétera.

Varias autoras inciden en la confusión sobre el propio deseo que ser siempre objeto de deseo supone para una mujer. Simone de Beauvoir apunta que las niñas son encadenadas a una pura exterioridad, de modo que su deseo se transforma en "el deseo de ser deseada". De sus años como modelo de

pintores, Anaïs Nin dijo que debía "estar atenta en todo momento" para "luchar sin cesar por afirmar mi propia independencia". "Es difícil saber en qué consiste tu deseo cuando desde la mañana hasta la noche sufres la presión del deseo del otro", sentencia Huston. O en palabras de Émile Breton: "Cuando uno es mirado, ya no puede mirar".

Pero, como digo, estos análisis quizá quedan lejos de la vida real de nuestra chica, totalmente arrastrada por la corriente erótica que acaba de conocer, y en la que de pronto se ve sumergida. Es un juego, sí, pero también una competición, y hay que jugar y competir, con poco tiempo para algo más. En el año 2022, aniversario del *Ulysses*, de James Joyce, la usuaria de Twitter Crispin escribió: "O leer el *Ulysses*, o estar buena. Hay que elegir". En 2020, en plena pandemia y encierro, una joven tuiteó: "Tengo 19 años. Nunca voy a estar más buena que ahora. ¿Y me tengo que quedar en casa?"

Ambos tuis son irónicos, exagerados y provocadores, pero se inscriben claramente en las coordenadas que venimos apuntando. Estar buena quita tanto tiempo que quizá haya que dejar de lado proyectos vitales más ilustrados; estar buena da tanto poder que una debe aprovecharlo, pues pronto, más pronto de lo que se cree, la belleza y la juventud quedarán atrás. Ese cisma entre sentirse obligada a estar guapa y comprobar que siendo guapa se te presentan más oportunidades para mejorar tu vida creo que es lo más complicado de sobrellevar para una chica joven.

"Lo que busco cuando me arreglo es hacer ruido con mi cuerpo", afirma una muchacha en un reportaje sobre mujeres actuales, según anota Mona Chollet en *Belleza fatal*. Es una frase muy hermosa. Tal vez sólo signifique que esa chica se arregla para llamar la atención; o tal vez llamar la atención con el cuerpo sea una especie de creación, entre musical y performativa, más gratificante de lo que podemos creer.

Eva Illouz recoge en *El fin del amor*, entre otros muchos testimonios, el de una bloguera denominada "sugar baby" que defiende sin complejos la norma de feminidad: "¿Realmente podría ser feliz junto a un hombre con edad como para ser mi padre? ¡Sí, sí y sí! Es que, ¿saben?, para mí eso de estar meticulosamente arreglada y fabulosa a toda hora dista de ser un sacrificio. Amo combinar la ropa que me pongo, hacerme manicuras/pedicuras y, por encima de todo, ir de compras. Amo todas esas cosas con o sin el beneficio de conocer a hombres ricos (preferiblemente con). Verme espléndida me da un

subidón (...) La mujer que ves caminando por la calle es una obra de arte. Hay mucho trabajo de mantenimiento –manicuras, pedicuras, cortes de pelo, depilación con cera y con pinza, platinado y COMPRAS– en esa obra de arte".

Illouz apunta que "sugar baby" habla en nombre de muchas otras mujeres, lo cual es bastante cierto. Muchas mujeres no viven la belleza que se espera de ellas como una imposición insoportable, sino como una fiesta propia, un reto y una ventaja. Disfrutan de todo el artificio, entregan gustosas su vida a estar guapas. Hasta Illouz reconoce que sentirse sexy da confianza en una misma, y esa confianza se despliega en otras facetas de la vida, que se ven por tanto favorecidas.

Sin embargo, Eva Illouz no cree en definitiva que vivir para estar buena sea honorable. Para empezar, la sexualización reduce el valor moral propio, dice Illouz, y sitúa a las personas sexualizadas (las mujeres, habitualmente) en posición de inferioridad. A fin de cuentas, son el objeto de deseo de los hombres, sujetos plenos en ese intercambio. Ellas viven "experiencias disminuidas del yo", al no ser sujeto sino sólo objeto, un yo subsidiario del deseo masculino, una vida en cierta medida degradada.

Catherine Hakim opondría a todo esto el "plus de belleza" que reciben las mujeres jóvenes por el hecho de serlo. Si eres guapa, cobras más, sales más, llegas más lejos. Aprovéchalo. No es un mundo tan horrible. Las mujeres también tienen poder.

Es el poder que defiende (bien es verdad que desde la resignación) Amarna Miller. Para ella, el coqueteo es la herramienta de ascenso social que les queda a las mujeres en "un sistema creado por y para ellos". Para triunfar, hay que ser guapa, acaba entendiendo nuestra chica de quince o veinte años. Nadie lo dice, pero todo lo confirma. "Si la persuasión es un instrumento que cuestiona el poder, condenar la seducción es una manera de eliminar la única herramienta que las mujeres podían utilizar para disputar la autoridad", afirma Amarna.

Nancy Huston va más allá cuando pregunta: "¿Qué mujer, de entre todas nosotras, puede jurar que jamás de los jamases ha utilizado su belleza, sus armas de seducción y sus encantos femeninos para conseguir que un hombre le haga un pequeño favor?"

Para calibrar la magnitud que puede tener este poder, el de la seducción, el coqueteo o la promesa sexual, resulta interesante esta afirmación de José

Antonio Marina: "La seducción representa el dominio del universo simbólico, mientras que el poder representa sólo el dominio del universo real"[19]. Los hombres acaparan casi todo ese poder que cambia cosas ciertas en el mundo de los hechos y los datos, pero la seducción, ser deseada, convertirse en un mito sexual, impera en ese otro mundo de apetencias, sueños y mitos, que acaba incidiendo con no poca fuerza en el mundo real.

Una joven, en fin, pasada la adolescencia, puede verse con un gran poder en las manos, que no sabe cómo manejar; puede encontrar asimismo que la sociedad sólo la valora como objeto sexual, y bascular entre la indignación revolucionaria y el aprovechamiento más descarado y ultraliberal. Puede sentirse muy afortunada y muy desgraciada al mismo tiempo ("Ay de ti si eres guapa", escribe Amarna Miller). Puede entender que las otras chicas (las guapas, las feas, todas) son sus amigas o, por el contrario, sus rivales.

25. El efecto *cheerleader*

Muchas chicas juntas generan un efecto al que alguien, inopinadamente, puso nombre. Es el efecto *cheerleader*. Aunque yo pensaba que era un decir popular, incluso madrileño, lo cierto es que este "efecto" dispone de entrada en la Wikipedia. Por supuesto, su origen es anglosajón. En español puede decirse también "efecto animadora".

Estamos ante un caso singular, pues el tratamiento enciclopédico de este "sesgo cognitivo" vino después de que fuera señalado jocosamente en una serie de televisión y sólo después analizado científicamente. Fue en el *show* humorístico *Cómo conocí a vuestra madre*, en el episodio titulado "No es día del padre", emitido a finales del año 2008. Los personajes masculinos hablan sobre el físico de las mujeres y uno señala cómo una chica parece más guapa si está rodeada de otras chicas, debido al efecto *cheerleader*. Analizada individualmente, esa chica resultará menos atractiva de lo que crees, es la conclusión de la escena.

Esta ocurrencia dio el salto a los laboratorios sociales y, en 2013, Drew Waler y Edward Vul hicieron diversos test con fotografías grupales que confirmaron la sugestión. La gente parecía más guapa en grupo, tanto ellas como ellos, ya se tratara de grupos del mismo sexo o de grupos mixtos. En 2015 un nuevo estudio confirmó el anterior.

Lo que nos interesa de este efecto, vagamente verosímil, es la utilización de

grupos de chicas como reclamo comercial, más allá de la certeza de que varias mujeres juntas generan en la mirada masculina una cierta concupiscencia expandida. Quizá se deba, teorizo a mi vez, a que la mirada de los hombres, como veremos enseguida, privilegia las partes, secciona visualmente los cuerpos, y en un grupo salta, no de una mujer a otra, sino de una incitación a otra (un escote, unas piernas, etcétera), lo que genera esa confusión o espejismo (recordemos, la belleza es "una ilusión óptica") que, por trasvase o vasos comunicantes, lleva a percibir en una mujer no tan atractiva a una tía buena.

Las chicas en grupo son muy habituales en nuestro tiempo y seguramente han sido utilizadas como anzuelo promocional a lo largo de toda la historia. Están las animadoras, en efecto, pero también las azafatas en congresos o vueltas ciclistas o campeonatos de Fórmula 1; las secretarias del *Un, dos, tres*, las camareras de la cadena de restaurantes Hooters... Lo que aprovecha este amontonamiento indiscriminado y no poco zafio de mujeres es la sensación de abundancia que transmite. Hay muchas mujeres y, por tanto, muchas oportunidades.

Un producto que abusa como ningún otro de muchas-chicas-guapas es el videoclip. Faltos de imaginación, los grupos musicales y sus equipos creativos deben de pensar: ¿nos dejamos de líos y hacemos el clásico videoclip en una mansión con la piscina llena de tías buenas? Y es lo que hacen en un porcentaje elevadísimo de ocasiones. Recuerdo ver, cuando veía la tele, uno de esos canales de música y asistir sucesivamente a cinco o seis videoclips exactamente iguales, todos con mansión, piscina y decenas de chicas en bikini. Llegué a pensar, de hecho, si las chicas no serían siempre las mismas, veinte o treinta modelos de Los Ángeles que, montadas en un autobús, recorrían mansiones grabando videoclips en bañador.

Un videoclip que recurre al amontonamiento de mujeres es el de la canción *Cake by the ocean*, del grupo DNCE. Es de 2015. Aunque no hay mansión con piscina, hay playa. Cuando lo vi hace años, me impresionó bastante. Además, la canción me gusta.

La ficción del vídeo plantea un concurso de lanzamiento de tarta en una playa en verano. Varios concursantes deben arrojarse grandes pedazos de un pastel gigantesco mientras DNCE canta su canción, que se llama precisamente *tarta junto al océano*. Hasta ahí la cosa tiene bastante sentido.

La cámara alza el vuelo y vemos a las concursantes, unas veinte supermodelos de distintas razas y variados estilismos (tatuajes o no, diversos cortes y tintes de pelo, etcétera; hay, eso sí, una chica gorda). En planos breves, se nos muestran culos perfectos, torsos inclinados, pechos, rostros angelicales, largas melenas sedosas. Las chicas hacen calentamientos antes de la batalla.

El rival es un tipo orondo, de peinado estrafalario y con gafas de sol rosas. Va en bañador. Las chicas, como montón, son indistinguibles; él, sin embargo, acumula todo el protagonismo de su bando. He tratado de contar exactamente cuántas supermodelos comparecen junto a la tarta junto al océano, pero la realización se cuida mucho de dar un plano general de ellas, de modo que parecen, realmente, cientos. Cientos de bellezas increíbles.

A la manera de las peleas en el barro o de eso llamado "camisetas mojadas", vemos estos cuerpos perfectos rebozados en nata durante varios minutos. El hombre gordo, sin embargo, permanece intacto hasta casi el final, cuando justamente la chica también gorda acierta a descargar sobre él un buen trozo de pastel. Parece que el mensaje del vídeo (según he leído) es que todos ganan, todos se divierten, hay tarta a tutiplén.

En realidad, el mensaje del vídeo es más sencillo y crudo: las chicas guapas dan dinero y los hombres ricos y famosos viven rodeados de chicas guapas. Quien a mí me parecía un hombre gordo sin atractivo, resulta ser, cuando investigas en Google, una estrella de Instagram, famoso por no hacer realmente nada, pero hacerlo muy bien. En un documental que vi posteriormente, *The american meme* (2018), se nos revela uno de sus grandes talentos: plagiar. En su cuenta de Instagram, numerosos post habían sido robados de otras cuentas con menor audiencia. Él defiende que en Internet plagiar es legítimo. También es capaz de poner a la venta cosas que no existen (un vino, artículos para bebés…) y, tras comprobar que eso que aún no existe tiene demanda, pasa a producirlo. Esta celebridad se hace llamar Fat Jew ("gordo judío") y su verdadero nombre es Josh Ostrovsky.

El videoclip incluye publicidad subliminal, o más o menos sutil. Bumble, leemos al paso, escrito en una toalla. Se trata de una *app* para ligar. Antes, brevemente, se nos ha ofrecido, con las chicas de fondo, un primer plano de una mano masculina manejando un móvil; en la pantalla se puede ver que la aplicación abierta es Bumble, de hecho. El hombre da su plácet a tres o cuatro chicas seguidas, todas estupendas. Así, *Cake by the ocean* se nos revela como un

anuncio perfectamente planificado para promocionar una aplicación de ligoteo, bajo la premisa de que hay cientos de chicas guapas esperándote, junto al océano, y que, por el efecto *cheerleader*, todas son tías buenas, incluida la chica obesa.

26.

Patrícia Soley-Beltran fue modelo y en su libro *¡Divinas!* (2015), publicado veintiséis años después de abandonar la profesión, aborda críticamente este entorno. Uno de los recuerdos más impresionantes que incluye en su ensayo tiene que ver con la percepción que acabó teniendo de su propio cuerpo. Después de varios años en el oficio, Soley-Beltran notó que había dejado de percibir su físico como un todo más o menos bello para pasar a considerarlo un conjunto de partes con distinta cotización estética. "Me acostumbré a mirar mi propio cuerpo como un puzle formado por partes inconexas", escribe. "Mis manos no eran bellas, porque no encajaban en el estándar requerido para publicidad, pero mis pies sí valían". Lo impresionante de esta concepción corporal es que no resulta exclusiva de aquellas mujeres que viven profesionalmente su atractivo físico, sino, en realidad, de todas las mujeres.

El cuerpo troceado de la mujer caracteriza la mirada de los hombres y, poco a poco, nuestra joven empezará a compartir esta visión segmentada de su anatomía. Cuando se lo comento a X, mi primera novia en el transcurso de la escritura de este libro, me recuerda, muy perspicazmente, las calificaciones que en el instituto se dan los chicos y chicas unos a otros. Así, los chicos segmentan el cuerpo de sus compañeras en tres partes: cara, culo, tetas, que pasan a puntuar. Ellas, sin embargo, amén de valorar si un chico está bueno o es guapo, siempre incluyen, me ilustra X, un comentario sobre el carácter. Es muy majo, muy inteligente, muy simpático.

Revisando mis notas, me sorprende la cantidad de veces que este desmembramiento del cuerpo femenino ha aparecido en los diversos libros que he ido leyendo, sin que yo acabara de comprender que se trataba de algo crucial, hasta que llegué a *¡Divinas!*

Ya en *El desnudo*, de Kenneth Clark, se hablaba de la belleza ideal como un puzle. Ante la dificultad de encontrar a la modelo perfecta para un cuadro o una escultura, no había nada de malo en combinar en la representación partes perfectas de modelos distintas. Es lo que recomendaba el pintor griego Zeuxis en el siglo v a. C., y que puso en práctica a la hora de afrontar el reto de pintar

su Helena de Troya[20]; Rafael contó en una célebre carta a su colega Castiglione que había hecho eso mismo para pintar *El triunfo de Galatea* (1514); Durero, en su tratado de pintura, apuntaba en la misma dirección. Finalmente, con Picasso, llegaron las "primeras desmembraciones del desnudo". Es decir, la deconstrucción de algo que en realidad muchas veces no había existido como conjunto en la realidad.

Esta especie de juego malabar con las partes del cuerpo saltó naturalmente al cine y a la publicidad en el siglo xx. A veces por pudor, a veces por estética, numerosas actrices han sido sustituidas en escenas de desnudo o en planos detalle en las películas. El cuerpo de Janet Leigh no es el que aparece en la escena de la ducha de *Psicosis*; Marli Renfro, una modelo de 21 años, prestó el suyo para los planos más expuestos de la escena[21]. En *Pretty Woman*, las piernas de Julia Roberts no son suyas, sino de Shelley Michelle. Si en el caso de *Psicosis* podemos intuir que el final de los años cincuenta no era el momento más liberal para que una estrella de Hollywood apareciera desnuda en una película, en el caso de *Pretty Woman* (1990), sólo el criterio del director, que consideraría feas las piernas de Roberts, o mucho más fotogénicas las de Michelle, explica el trampantojo.

El, así llamado, "doble de cuerpo" es habitual en el cine, y señaladamente en lo que se refiere a las actrices, cuyos cuerpos se busca mejorar a la menor ocasión, con planos cortos de piernas, traseros o pechos que corresponden a otras mujeres, contratadas para la ocasión.

En publicidad, este troceado del cuerpo de la mujer no necesita tan habitualmente de dobles, pues el mismo producto sugiere ya por su propia función o uso qué parte del cuerpo debe localizarse en un casting. Hay anuncios protagonizados por manos (lavaplatos, relojes, móviles), por culos (pañales de bebé, tampax, dietas, ropa interior) y por espaldas (antiinflamatorios, sujetadores, también preservativos).

Así, hemos de concluir que muchas de las mujeres que sirven como referente a una joven para entender su propia belleza simplemente no existen. Al igual que la voz, el cuerpo también se dobla, se falsifica. "Esa malsana segmentación corporal me hacía sentirme fragmentada", nos dice Patrícia Soley-Beltran. Del mismo modo que debe de ser muy extraño para un actor inglés contemplarse en una versión española o japonesa de su última película, debe de provocar cierta repulsión verse a una misma en un anuncio o en una

película con las manos o el busto de otra, y que únicamente tú lo sepas.

Eva Illouz considera esta fragmentación la consecuencia más grave aparejada al capitalismo de la mirada. Se trataría, en fin, de una devaluación que separa "el cuerpo sexual y la yoidad". Y escribe: "El fraccionamiento del yo en órganos sexuales confiere a estos últimos una agenda propia".

También recoge el testimonio de una mujer que aborrece de Tinder porque le resulta degradante "elegir a un tipo por el tamaño o la forma de su pene". Esta degradación no parece presentarse cuando son los hombres los que eligen.

La consecuencia inmediata de esta mirada parceladora es la desaparición del "yo de las mujeres", lo que en definitiva resolvería la opacidad con la que empezábamos este trabajo, ese no-ver-más-allá de Philip Roth. Los hombres no pueden ver más allá en una mujer si repasan su cuerpo valorando los pechos, el culo y la cara como piezas sueltas, pues entre las costuras o grietas se pierde justamente la identidad. Es como mirar un reloj desmontado: no ves más allá de la descomposición formada por manecillas, engranajes y muelles; es decir, no ves el tiempo.

27. The Back

En algún momento de 1957 una mujer pasea por Vine St., en Los Ángeles. No es un paseo rutinario, que lleve a alguna parte, sino un paseo provocador, arriba y abajo de la calle. La mujer luce un vestido oscuro, abierto por la espalda, y zapatos de tacón, lleva un bolso negro. La gente la mira, pues ese es el objetivo del paseo. Ellos visten ropas vulgares, chaquetas arrugadas, camisas de oficinista, vestidos sobrios, gabardinas amplias. La mujer que pasea, sin embargo, va muy ceñida, y su espalda puede contemplarse entera, desde el cuello hasta la altura del hueso sacro. Únicamente una tira con broche, coqueta y lumbar, interrumpe el deslizamiento de todas esas miradas por su espalda interminable. ¿Quién es?, se preguntarían unos a otros los viandantes. ¿Quién es esta mujer? Y alguien puede que lo supiera. "¡Una estrella de cine!", contestaría. "La llaman "The Back".

El fotógrafo de la revista *Life* Ralph Crane propuso a Vikki Dougan este paseo como sesión fotográfica. Una decena larga de imágenes dan cuenta del revuelo que causó "The Back" por Vine Street. La modelo y actriz caminó por las aceras, cruzó pasos de peatones, se quedó quieta en una esquina, se internó entre decenas de hombres arremolinados ante un centro comercial, se pesó en

la báscula disponible de lo que parece una gasolinera, charló con las mujeres que esperaban en la parada del autobús. Crane fotografió todos estos momentos, siempre desde atrás. La espalda, blanca y brillante, destaca sobre el gris cotidiano, de señales de STOP, asfalto y farolas. Dougan en las fotos, además, siempre aparece observada, bajo miradas más o menos lujuriosas de hombres jóvenes y mayores (muchos sonríen, nerviosos), bajo miradas entre recriminatorias y divertidas de mujeres también de edades diversas. Unos tipos desde un coche descapotable le gritan algo, quizá quieren que suba con ellos. Tres hombres, en otra imagen, la siguen por un paso de peatones, con las cabezas excesivamente inclinadas hacia adelante, como si quisieran besar o tocar o rendir culto a esa espalda.

The Back, "la espalda", fue el apelativo promocional de Vikki Dougan. Se le ocurrió en 1956 a Milton Weiss, un publicista de la agencia de representación de actores Batjac. El dueño de la agencia era John Wayne. Esta actriz no tan joven (tenía 27 años) necesitaba destacar por algo, dar que hablar, hacerse famosa. Tenía una bonita espalda y de nadie en aquellos años se decía que tuviera una bonita espalda. Actrices famosas por sus pechos ya había muchas, como Jane Mansfield o Jane Russel. A Russel, de hecho, la llamaban "The Bust" ("el busto") por eso mismo. Y a Betty Grable "las piernas de un millón de dólares". La espalda, por tanto, estaba libre.

La actriz, orientada por la agencia, empezó a lucir esos vestidos extremadamente escotados por atrás, y a posar con ellos de modo que su nuevo apodo comercial quedara justificado. Nadie podría olvidar esa espalda, ese apodo y, por tanto, a nuestra actriz.

Nacida Edith Tooker, rebautizada por ella misma como Vikki Dougan, finalmente sería "The Back". Un trifásico viaje de la identidad hasta verse renombrada como una parte del cuerpo.

Su historia, hasta ese instante, es muy similar a la de Marilyn Monroe. Modelo prematura, posados baratos, deseos de hacer cine; incursiones en *Playboy* de las que luego se arrepentiría y primeros papeles en el cine. Sin embargo, nunca llegó a protagonizar una película ni a asomarse siquiera a un filme que haya perdurado. Esto se debió, según cuenta ella misma (hoy tiene 93 años), a su rechazo a acudir a altas horas de la noche a la cama de la gran estrella masculina que la acababa de llamar por teléfono. Se dice además que algunas actrices famosas sabotearon su carrera porque su belleza les hacía

sombra en los cócteles. O que su agencia, Batjac, tenía su contrato en un cajón, y no le conseguía ni una sola audición.

1957 fue su gran año. Su gran año de mover la espalda desde la lujosa fiesta de los Golden Globes a principios de año a Vine Street meses después. Hay fotos, en efecto, de su espalda en ambos lugares, decenas de imágenes de sensualidad extraordinaria, y numerosos titulares y apariciones en revistas, pero todo ello no la llevó al éxito, ni a estar siquiera un poco cerca del éxito. Sobre estos años, Vikki Dougan afirma: "Eso no simbolizaba lo que yo era. No era realmente yo. Yo representaba un papel. Ni siquiera pensaba que hubiera nada de sexy en mostrar la espalda. No se me ocurrió a mí"[22].

Vikki Dougan dejó el cine en 1967, después de interpretar a una "showgirl", a una recepcionista, a una camarera, a una "rubia" (sic) o a una conductora de autobús en siete películas y cinco series de televisión. Su primera película y su última película tienen algo en común: su nombre no sale en los créditos.

En esta misma época, mediados de los años cincuenta, se estrenó con gran éxito la nueva película de Alfred Hitchcock, *La ventana indiscreta*. Curiosamente, me puse la película en Filmin para dejar de pensar en este libro. Sin embargo, un personaje me devolvió a él y a Vikki Dougan. Lo interpreta Georgina Darcy.

En la película de Hitchcock, Darcy encarna a una de las vecinas de James Stewart, el impedido protagonista. Hay, entre su vecindario, unos recién casados, una solterona, una pareja mayor… y esta joven bailarina. Georgina aparece en cuatro o cinco escenas, siempre bailando, casi siempre en ropa interior y, casi siempre, mostrando el culo en pompa a la cámara. Su personaje no guarda relación alguna con la trama, ni accidentalmente. Es decorativo y transicional. Su físico y sus poses recuerdan a las que hoy se ven por cientos de miles en Instagram. Hitchcock, sin lugar a dudas, se recrea en su espectacular físico. El personaje recibió como nombre una parte del cuerpo: Miss Torso.

Georgina Darcy tampoco llegó muy lejos en la industria de Hollywood, aunque sí puede decir que participó en una de las grandes películas de la historia del cine, y de forma incluso memorable. La madura enfermera que acude diariamente a dar masajes a James Stewart le reprende por mirarla tanto. Le dice: "Nos hemos convertido en una raza de mirones".

28.

Nuestra joven ya sabe cómo miran los hombres, qué valoran en concreto, esas partes tan obscenamente acotadas de su cuerpo. Enseguida las evaluará por sí misma, en el espejo, en un *selfie* interminable. Los comentarios de amigas, amigos, familiares y, sobre todo, las propias miradas de los hombres cuando salga a la calle confirmarán las virtudes y los defectos de su cuerpo. Pensará, sí, que su cuerpo tiene virtudes y tiene defectos.

Era un campamento de verano. Todos los adolescentes de la misma clase iban en el autobús. Había bromas y alegría. Uno dijo que Fulanita tenía el mejor culo de todas. Alguien, un chico, se acercó a tocárselo. Ella no pudo evitarlo y tampoco transmitió tanta incomodidad como para que otro chico no se acercara también e hiciera lo mismo. Al final, toda la clase, entre risas, pasó sus manos por los vaqueros ceñidos de su compañera, en el pasillo del autobús. Todos los chicos y todas las chicas.

Esa misma tarde, ya instalados en las cabañas del campamento en grupos de cuatro, hubo actividades y juegos en la piscina. Nuestra chica, la que tenía el mejor culo de toda la clase y la que había permitido sin saber cómo que toda la clase se lo tocara, volvió a su cabaña porque se había olvidado de algo. Se habían cambiado de ropa muy deprisa, al llegar. Nada más entrar, se sorprendió al ver su maleta abierta. Junto a ella, estaba una compañera de clase, subiéndose los pantalones. Pero no los que llevara puestos, que estarían por el suelo, sino los pantalones de la chica que tenía el mejor culo de la clase, los mismos vaqueros que llevaba en el autobús. Estaba intentando saber si eran esos vaqueros los que le hacían un culo envidiable, si había solución a que ella no tuviera un culo envidiable.

Esta anécdota me la contó una amiga. Nuestra joven no sólo tendrá que asumir su cuerpo, sino los cuerpos de las demás chicas y mujeres de su entorno, que acabará teniendo perfectamente estudiados. Así, de forma natural, emergerá una nueva forma de relacionarse con otras mujeres, que la acompañará durante toda su vida. Es la competencia.

En un vídeo viral de YouTube, la usuaria Atenea, de unos veinte años, afirma: "Personalmente me sentiría mucho mejor en una habitación llena de hombres que en una habitación llena de mujeres, por la sencilla razón de que en una habitación llena de mujeres probablemente a los diez minutos ya habría una mirándome de arriba abajo, otra diciéndole a la de su derecha que mira esta el escote que lleva, mira la falda que no sé qué, y ya me estarían

criticando”[23].

¿Cómo sobrevivir en este entorno? A la actriz Ingrid García-Jonsson le preguntaron en una entrevista si lo había pasado mal con “la presión de tener que estar siempre estupenda”. Dijo: “Sí. Es que casi no subo fotos porque creo que no cumplen los estándares del universo instagramero y me cuesta bastante enfrentarme a eso. Es un juego que no se me da demasiado bien. Y aparte, como veo que a la gente le va tan bien en la vida y yo estoy ahí en mi sofá con las plantas, pues, joder, me siento muy mal. Vaya mierda de vida debo tener. Me cuesta mucho interiorizar que lo que la gente muestra tampoco es real, me lo acabo creyendo. En las épocas en que yo no estoy muy fuerte como persona, ver todos esos colores y ese despliegue de felicidad me mina la autoestima”[24].

En mi cuenta secreta de Instagram me he topado varias veces con una imagen que muestra únicamente esta frase: “Ser guapa no es fácil, pero te acostumbras”.

En el libro de Mona Chollet se cuenta la anécdota de “una princesa de Baréin” que se definía a sí misma en sus redes sociales como “princesa certificada, bomba sexual, fashionista, gurú del maquillaje y fan número 1 de Kim Kardashian”. Después de verse en medio de una polémica por su frivolidad al hablar de determinada noticia dramática, contestó: “No es culpa mía que tu vida sea una mierda. No tienes dinero, ¿verdad? Duele ver a gente como nosotras disfrutando de la vida, ¿eh?”

Alejandra Pizarnik escribió: “Creo que mi aspecto físico es una de las razones por las que escribo: tal vez me creo fea”[25].

Y Amarna Miller: “Un primer paso es dejar de criticarnos las unas a las otras”.

29. *Jolene* (seguido por *The Neon Demon*)

Jolene fue versionada en 2012 por Miley Cyrus en la serie de adaptaciones musicales que denominó The Backyard Sessions. Es interesante detenerse un instante en el estilismo de Cyrus para esta interpretación. Acostumbrada a exhibir capital erótico, a la desnudez casi total y al pornoerotismo del videoclip, en su versión de *Jolene* Miley Cyrus recupera el halo adolescente de su primer personaje musical, Hannah Montana. Es decir, el recato. Un vestido amplio, un pacífico maquillaje y un entorno natural sin artificio buscan que apreciemos exclusivamente la voz y el talento musical de la cantante.

Quizá por eso, o porque mi inglés había mejorado definitivamente con los años, fue la primera vez que me fijé en la letra de *Jolene*. La canción llevaba sonando desde 1973, cuando Dolly Parton presentó este *single*, escrito por ella misma, dentro de su álbum del mismo nombre. Siendo un éxito, *Jolene* constituye también una anomalía.

Las canciones de amor tratan de los comienzos, de los finales, de la infidelidad y de los celos. Pero seguramente no hay otra canción en la historia de la música donde una mujer le diga a otra que no le "quite" a su hombre.

Escribe y canta Parton: "Jolene, te pido por favor que no te lleves a mi hombre. Por favor, no te lo lleves sólo porque puedes".

Jolene puede quitarle el marido simplemente porque es muy guapa. La canción la describe como "bella más allá de toda comparación", amén de pelirroja, con la piel blanca como el marfil y una sonrisa y una voz encantadoras. "No puedo competir contigo, Jolene".

Resulta enternecedor, casi obsceno. Uno empatiza con la debilidad manifiesta de la protagonista, a la que imaginamos poco agraciada, y se estremece al ver su dignidad completamente destruida por ella misma. En esa derrota anticipada frente la belleza superior de otra mujer, sólo le queda rogar ("begging"), arrastrarse. Es penoso.

Así, se concede a Jolene un poder amoroso omnímodo: es fácil quitarle el marido a otra, por capricho incluso, con sólo chascar los dedos, en cualquier momento y sin mayor conocimiento del daño causado. "No sabes lo que él significa para mí", oímos. Y también: "Tú puedes tener a muchos hombres, pero yo no podré amar nunca más. Él es el único para mí, Jolene".

Aquí la mujer muy guapa queda en cierto modo en evidencia, aunque siempre en lo alto de la pirámide de competición, pues la mujer fea sabe perfectamente cómo debe de ser la vida de una mujer atractiva, pero la mujer atractiva no tiene ni idea ("no sabes lo que él significa para mí") de cómo se articula la vida amorosa de una mujer fea. Con pocos candidatos generados por el escaso atractivo físico, encontrar a un hombre con el que una encaje resulta extraordinario y, por lo tanto, más valioso. Y perderlo puede considerarse irreparable. Las chicas guapas no lo saben; tampoco les importa.

De la misma manera, el hombre en *Jolene* carece de voluntad propia. La voz cantante asume que los hombres enloquecen por las chicas guapas y que la chica más guapa de todas, Jolene, no encontrará la menor oposición (fidelidad,

amor, lealtad, compromiso) en un marido cualquiera, sea el suyo o el de otra. Nuevamente, la autoestima se presenta arrasada por completo: "Mi felicidad depende de lo que tú decidas", escuchamos hacia el final.

La canción establece una suerte de gradación del conocimiento, según la cual las chicas poco atractivas saben lo que sucede en la vida de las mujeres más guapas y en la de todos los hombres; las chicas atractivas dominan también esto último, pero nada saben de la vida de las chicas feas; y los hombres no saben nada de nada.

¿Cómo es ser una tía buena? Es la pregunta que tratamos de resolver en este libro.

En 2016 Nicolas Winding Refn estrenó *The neon demon*, tras el éxito de *Drive,* y después de *Sólo Dios perdona*, dos películas donde se recreó en masculinidades extremas. Pero en *The neon demon* no había hombres, o no en papeles protagonistas y menos aún violentos. La película estaba dedicada únicamente a las mujeres y únicamente a las más bellas del mundo, las modelos.

Mi fascinación por esta película procede de que dirige su atención hacia algo que en casi todas las demás es decorativo. En la mayoría de los *thrillers*, los dramas y las comedias, hay momentos, en efecto, de tías-buenas-en-piscinas. La historia puede tratar de un narco, de un corredor de bolsa o de un amor imposible, pero a menudo habrá una o dos escenas gratuitas donde se amontonan mujeres muy guapas únicamente para satisfacer el hedonismo visual de la audiencia. *The neon demon* decide –es mi interpretación– quitar, no lo decorativo y hedonista de esas películas, sino justamente lo sustancial, para ver qué puede hacerse con lo irrelevante: esas chicas sin nombre en los créditos cuya presencia en el filme no supera habitualmente los diez segundos. ¿Cuál es su historia?

Es, sobre todo, una historia de sufrimiento. Las modelos sufren por no ser lo suficientemente guapas, cuando son las chicas más guapas de la ciudad, del país o incluso del mundo. Sufren por envejecer y porque otra chica más joven entre en la competición y las sobrepase. Son martirizadas en los posados, las sesiones de fotos y las fiestas; acosadas, utilizadas, explotadas. Y tienen muy difícil conseguir el amor.

En una escena en un bar, el novio de la joven modelo protagonista (Elle Fanning, que cumplió diecisiete años en pleno rodaje) discute con otro

hombre sobre el complicado sentimiento que despiertan en ellos las mujeres despampanantes. El novio quiere hacerle ver al otro que Elle Fanning no es sólo un cuerpo bello, pues dispone también de un alma hermosa, y él la quiere por mucho más que su físico. El hombre maduro le replica: "Si no fuera guapa, ni te hubieras fijado en ella".

Esta respuesta resulta devastadora. Si la modelo encarnada por Elle Fanning es tan bondadosa, amable y delicada, si le acompañan tantas virtudes de carácter y personalidad, debería ser amada por un hombre aun siendo poco agraciada, cosa que, como se da a entender, no habría sucedido en ningún caso. Es la belleza la condición de posibilidad del amor, y por tanto ese amor siempre será sospechoso, incluidas las virtudes que dice encontrar acompañando la gran virtud de la belleza física. Si no te pareciera guapa, no me querrías, esa es la verdad.

Según Nancy Huston, la chica joven y *sexy* se hace mil preguntas: "¿Qué desea el hombre cuando dice que me desea? ¿Qué quiere cuando dice que me quiere? (…) ¿Me quieren? Sí pero no, pero ¿me quieren a mí? ¿Me quieren por lo que soy?" En *The neon demon* escuchamos: "La belleza no lo es todo. Es lo único".

30.

A mediados del siglo XIX un modisto inglés regenta una tienda en París y su mujer, Marie Vernet, viste su ropa para que las clientas puedan ver cómo queda puesta. El matrimonio ha comprobado que esta exhibición por el interior del establecimiento mejora las ventas. Sin ser conscientes de ello, han inventado el modelaje. Marie Vernet es considerada hoy la primera modelo conocida de la historia.

Simultáneamente, en 1850, nace Bon Marché, la semilla de los centros comerciales tal y como los entendemos en nuestros días. A lo largo de la segunda mitad del siglo XIX se producirá un desarrollo vertiginoso de la captación de clientes y de la oferta masiva de productos, y el consumo irá tomando un gigantesco protagonismo social. Todo este desarrollo comercial se diseña alrededor de un mismo concepto: la visibilidad. Hay que mostrar, tentar, hacer mirar y hacer que guste lo que se ve. La novedosa producción de grandes láminas de vidrio se aliará graciosamente con esta deriva panóptica del comercio: se inventa el escaparate.

Émile Zola arremetió contra estos cambios en el comercio a pie de calle en

su novela *El paraíso de las damas*, pero no vio venir que el propio cuerpo de esas damas sufriría algún día un tratamiento similar. José Antonio Marina interpreta así la crítica de Zola: "En el gran almacén, los objetos realizaban un *strip-tease* comercial, [van] desnudos hacia el cliente, despertando la lascivia consumista". Zola califica a los tenderos como "traficantes de deseos" y les acusa de multiplicar las tentaciones, de inocular zozobra en la vía pública, mediante anhelos constantes de compra. Antes, la mercancía estaba en cajas, tapada, discreta, no se disputaba tu mirada.

Un siglo y medio después nos encontramos de nuevo con nuestra adolescente simbólica, que puede haber decidido participar finalmente en esa disputa de la mirada sobre el cuerpo de las mujeres a la que la sociedad entera la invita. Para ella, si algo habrá fundamental será la ropa. Se vestirá favorecedoramente y recomendará a sus amigas cómo vestirse favorecedoramente. También se aconsejarán unas a otras prendas, poses para las fotos, cortes de pelo, color de pintalabios, *piercings*. Lo sepa o no, nada de lo que haga este grupo de chicas será original o propio. Hasta su forma de sonreír será una imitación.

Naomi Wolf y Amarna Miller han señalado casi con rencor la influencia todopoderosa que las revistas ejercen sobre las mujeres a la más tierna edad, y cómo las modelos ocupan el lugar ideal de una feminidad incuestionable. En las revistas se trazan las líneas maestras de la presencia física, y se canoniza a mujeres concretas, las grandes estrellas del deseo y del éxito en el presente. La moda será tan importante como el cuerpo. Poco a poco, será de hecho más importante.

Las propias modelos, mujeres ideales, lo saben. "La ropa te lleva, no eres tú quien lleva la ropa", dijo la maniquí Cherry Marshall. La ropa resulta crucial para una chica que aspira a ser atractiva porque –de nuevo, lo sepa o no– la ropa es la responsable de su ficción. Lo que los demás van a ver es algo que en realidad no existe.

El mundo de las modelos no se diferencia excesivamente del pequeño mundo en que viven unas adolescentes cualquiera, al contrario de lo que podría pensarse. Nuestra joven puede sentirse fea en su grupo, o ser la más guapa de su grupo y sentirse fea comparada con una modelo. Pero una modelo puede sentirse fea comparada con otras modelos. Cindy Crawford lo explica con estas palabras: "Es duro trabajar en pasarela. Estás rodeada por las

cuarenta mujeres más bellas del mundo. Ves todas tus imperfecciones y ninguna de las suyas".

Para la exmodelo Patrícia Soley-Beltran el modelaje fue en gran medida un infierno, un demonio con colores brillantes, en efecto. Sin embargo, no puede negar su encanto: "La atención y el dinero enganchan". Lo cuenta en su libro *¡Divinas!,* que sigo al pie de la letra en estas páginas. Hay un gran activo que puede descubrir nuestra chica: que por ser guapa la traten mejor, que por ser sexy se haga rica. La mirada ajena te proporciona autoestima; la gestión de tu imagen, dinero. La invención del escaparate hacia 1880 no solo abrió múltiples miradores para el consumo a lo largo de las fachadas de las ciudades, sino que inauguró también una metáfora poderosísima: la vida entera es un escaparate.

Ninguna mujer está tan crudamente puesta en un escaparate como una modelo.

Del precedente primitivo de Marie Vernet surgieron las *showgirls*, que hacían lo mismo que la esposa del modisto (lucir ropa bonita para que la gente la viera y se encaprichara de comprarla) en Londres o París desde finales del siglo XIX y hasta el comienzo de la I Guerra Mundial. Las *showgirls* profesionalizaron esos paseos inútiles y tentadores, dejarse mirar, confundirse con las prendas que llevas, ser las prendas que llevas. Soley-Beltran espiga unas palabras visionarias de Walter Benjamin sobre todo esto: "La elevación de la persona al nivel de la mercancía".

La mujer más mirada en la década siguiente fue la *flapper*: minifalda, peinado *bob*, alcohol y tabaco, vida desatada. En esa misma década aparece la primera agencia de modelos, Powers, creada por John Robert Powers, que se definía a sí mismo como "corredor de bolsa de la belleza". Para él, las modelos eran "mercancía que debía cumplir unos requisitos". Como vemos, la noción mujer-objeto en sentido literal.

Después de la II Guerra Mundial, los cuerpos cobran una importancia creciente. Son los depositarios de la personalidad, todo lo dice el cuerpo sobre ti, porque el cuerpo es un significado, sobre todo en el caso de las mujeres. Ya vimos cómo desde mediados de siglo XX se acelera el desarrollo de la industria cosmética y de la cirugía plástica; la televisión está en pleno apogeo, lo que favorece una mayor influencia de la publicidad. Y surge la muñeca Barbie, modelo universal de la mujer perfecta durante décadas.

En los años cincuenta se establecen las tallas fijas en la confección industrial de ropa. Las medidas estandarizadas toman como referente a las personas delgadas, porque la delgadez significa salud, belleza y estatus social. La importancia de estar delgado se asocia enseguida con la coquetería de que la ropa te siente bien.

Así, nuevas estrellas irrumpen en el ámbito social: los diseñadores y las modelos. Los primeros crean tendencias y las segundas las convierten en dinero, leyenda y portadas de revistas. Es ahí donde se inicia definitivamente el ascenso de la tía-buena a símbolo, obsesión, capital y problema. Soley-Beltran indica sagazmente que en este periodo se acuñó el término "complejo de inferioridad", que siempre es un complejo relacionado con el cuerpo, y no con la inteligencia, por ejemplo, o con la formación académica. Uno se siente inferior por ser bajo o calvo, por ser fea y gorda, no por no saber de literatura francesa o no resolver nunca el acertijo lingüístico que propone Wordle.

Leyendo *¡Divinas!* comprobamos lo desconocida que es para la gente la figura de la modelo y, sobre todo, lo mucho que tiene que ver el comportamiento y los conflictos de una maniquí con los de cualquier mujer que en un entorno dado (lo que Eva Illouz llama "una determinada estructura de deseo") sea considerada la-tía-buena.

Si hay algo que caracteriza al objeto, casi perogrullescamente, es el mutismo. Las cosas no hablan. Así, convertida en cosa, en objeto bello, una mujer profesionaliza también el silencio. Lo que es mirado no necesita entablar un diálogo, pues hay de hecho un diálogo escópico en el ir y venir de los avistamientos y en el movimiento sabio de alguien que se percibe mirado. Dice nuestra autora que la gente cree que, mientras las actrices actúan, las modelos son simplemente "ellas mismas" en la pasarela y en los posados. No, también actúan: se mantienen en silencio, son neutras, son inalcanzables. "Actrices mudas", las calificó de hecho Isabella Rosellini.

La modelo, como la tía-buena que uno se cruza en la calle, debe distanciarse, y por ello dinamita el puente de la palabra, pues es la palabra, una conversación, la que desactiva o agujerea el aura de lejanía que mueve por el mundo. "El silencio y la difuminación de la personalidad forman parte esencial de su trabajo", escribe Soley-Beltran. Estas impresiones, que corresponden a lo más alto del escalafón erótico, en realidad se derraman hacia abajo, y toda chica parece más deseable si a su vez guarda silencio y carece de una

personalidad determinada. Cada uno proyecta entonces en ella su propia fantasía.

Es por eso que los hombres miran la ropa, aunque no lo sepan. El cuerpo queda filtrado por la ropa, no saben qué cuerpo hay ahí debajo, no quieren ver el cuerpo; *quieren querer ver el cuerpo*.

Ser objeto o imagen, meramente objeto o imagen, no parece muy sano ni llevadero, y en consecuencia las modelos, como también cualquier mujer que base su identidad social en su atractivo para los hombres, caen en depresiones, dudas, desustanciación. "La indumentaria reina sobre la persona y la desvaloriza", concluye nuestra autora. Y cita a Kate Moss: "Cuanto más visible me vuelvo más invisible me siento".

De nuevo, volveríamos al debate sobre el culpable de la cosificación. Cuando las modelos eran explotadas impíamente por los hombres para despertar el deseo de otros hombres y la envidia y anhelo imitativo de las mujeres, eran esos hombres poderosos los responsables de que hubiera mujeres cosificadas. De hecho, los ingresos de las modelos fueron relativamente bajos hasta los años setenta, cuando Lauren Hutton empezó a cobrar ya medio millón de euros, siendo la mejor pagada del mundo.

Sin embargo, una vez que las propias mujeres son las que deciden hacer negocio con su belleza y entregarse a esas rutinas agotadoras de estar siempre buenísimas, el feminismo y, en general, el sentido común parecen colapsar y no saber qué decir sobre mujeres que desean enriquecerse cosificándose, con toda libertad. "Una mujer que es más sujeto puede convertirse ella sola en más objeto", apunta Nancy Huston.

"Antes usaban a las mujeres para sacar beneficio de sus cuerpos y ahora somos nosotras nuestros propios proxenetas", dijo la rapera La Mala Rodríguez en una reunión televisiva junto a otras mujeres célebres. Sus compañeras de debate se agitaron, a excepción de Esperanza Aguirre, figura mítica del Partido Popular, que sonrió. También hubieran mostrado su apoyo a estas palabras Camille Plagia o Catherine Hakim, como hemos visto.

Es el liberalismo aplicado al propio cuerpo, una libertad para el comercio en la que aquello con lo que se comercia es una misma; lo que Patrícia Soley-Beltran llama "capitalismo somático".

La exmodelo lleva bastante razón al preguntarse por qué los deportistas masculinos se hacen ricos con sus cuerpos y nadie les pone pega alguna, pues

somos conscientes de los grandes sacrificios que hay detrás de su excelencia física. Sin embargo, muchos ven a las mujeres profesionalmente atractivas como guapas *ex natura*, de serie, sin esfuerzo, que se aprovechan de esa condición, cuando su disciplina y sacrificio es de todo punto comparable a la de un deportista de élite.

31. Jemima Stehli

Strip es el nombre de una serie fotográfica realizada en el año 2000 que muestra las tensiones entre la persona que toma la fotografía y la que es fotografiada. La componen decenas de imágenes donde vemos a un hombre sentado en una silla mirando a una mujer que se desnuda de pie ante él. Unos veinte hombres tomaron varias instantáneas siempre de la misma mujer en un momento u otro de su desvestimiento. Eran personalidades del mundo del arte, desde críticos a artistas. Ella era la artista conceptual Jemima Stehli.

Stehli invitó a estos hombres a pulsar el botón obturador de la cámara cuando creyeran oportuno, mientras ella se despojaba de su ropa a metro y medio de distancia. Los ocasionales fotógrafos aparecen siempre de frente, pegados al telón del fondo, que cambia de color con cada uno de ellos, mientras que Jemima Stehli se nos presenta en todo momento de espaldas. Hay imágenes de la artista completamente vestida y completamente desnuda, y varias en situaciones intermedias. La serie retrata la mirada masculina, y cada fotografía podría tomarse como el punto exacto donde esa mirada necesita atrapar, hacer una marca o revelarse turbada, como el pico más alto en un sismógrafo de la contemplación concupiscente.

Strip es una idea fascinante, plena de significados. Como hombre, enseguida pensé al descubrirla si esta obra conceptual hubiera sido realizada si, en efecto, la artista no fuera entonces joven y tuviera un cuerpo bonito. Curiosamente, según declara Stehli, es lo que le dijeron muchos otros hombres en su momento. “Me preguntaban a menudo si lo hubiera hecho sin tener el cuerpo que tenía y era una pregunta imposible de responder, porque creo que tal vez lo hice porque tenía un físico que se ajustaba a una figura deseable y pensé, ¿cómo puedo ser la mujer que soy y que me tomen en serio?”[26]

También me llevó *Strip* a sopesar la cantidad de mujeres artistas que trabajan sobre su propio cuerpo, frente al número muy limitado de hombres que hacen lo mismo. De hecho, muchos hombres hacen girar su obra en torno

al cuerpo de la mujer. Los hombres no consideran su desnudez como inspiración y pocas mujeres consideran la desnudez masculina creativamente interesante. Esto puede llevarnos a pensar, con cautela, si el arte con carga erótica no es sino una extensión sofisticada de pulsiones cotidianas manifiestas. Los hombres miran a las mujeres y hacen arte sobre esa mirada; las mujeres se saben observadas y gestionan su imagen pública al punto de que la obra artística sobre el propio cuerpo participa de esa gestión. ¿En qué medida Jemima Stehli disfruta de que todo el mundo pueda verla desnuda? Es una pregunta que no le han hecho. Quizá no haya tanta distancia entre *Strip* y mi amiga paseándose desnuda por su casa con las ventanas abiertas.

Jemima Stehli consiguió con *Strip* una auténtica filigrana escópica. El hombre mira a la mujer, la mujer mira al hombre que la mira; nosotros miramos a ambos y lo que vemos es lo que el hombre que mira considera más fotografiable de la mujer que se desnuda ante él. Stehli está expuesta físicamente, pero cada fotógrafo lo está moralmente. Al hombre que mira lo delata su postura, su rostro y ese momento en el que aprieta el botón de la cámara. El hombre puede mostrarse relajado o impertérrito, y ser ambas actitudes totalmente impostadas; puede llevar la sesión con naturalidad auténtica, también. Puede con toda honradez fotografiar a la mujer que se desnuda cuando un gesto, una prenda que se eleva o una inclinación le resultan más excitantes; o puede concentrarse en hacer justamente lo contrario: no delatarse y fotografiar por ejemplo sólo a Stehli cuando está vestida, negándose férreamente a apretar el botón cuando se halle completamente desnuda. Hay hombres que hicieron sólo cuatro fotografías y hay otros que hicieron doce. Una pregunta que arroja *Strip* sería: ¿quién manda aquí?

Los hombres están sentados y vestidos, y tienen el control de la cámara. La mujer permanece de pie y se limita a quitarse la ropa. Como apunta la historiadora Mary Beard, los tacones de aguja dan a Stehli cierto aire de vulnerabilidad. Sin embargo, son los hombres los que parecen más incómodos. Algunos se muestran aterrorizados; otros se sonrojan. Otros, sí, sonríen y parecen divertirse con la aventura en que les ha involucrado su amiga Jemima.

"Para mí la cuestión es que nadie tiene el control", afirma Stehli en *El desnudo en el arte*. "La mujer puede ser poderosa y sexual, y cosificarse a sí misma, y seguirá siendo interesante, inteligente y todo lo que quiera ser", añade después, quizá con demasiado optimismo.

Resulta enternecedor que uno de los fotógrafos eventuales, al ver las imágenes que él mismo ha tomado y donde Jemima Stehli sale completamente desnuda, se sintiera abochornado porque a él se le veía la canilla entre el calcetín y la pernera del pantalón, demasiado subida.

También parece muy expresivo que, según la artista, después de cada sesión fotográfica ella y el amigo que acababa de verla desnuda se limitaran a despedirse sin cruzar una sola palabra más.

32.

"Ya no hay hueco entre mis piernas"

Yo, mentira, Silvia Hidalgo

Han pasado diez años, nuestra adolescente ha entrado en la veintena y, de pronto, a la costumbre de ser mirada, a la práctica del coqueteo y del sexo y a las diversas experiencias que la vida le ha ofrecido específicamente por ser mujer y joven, se añade una nueva y extemporánea preocupación: envejecer.

Según Amarna Miller, es a los veintipocos cuando empieza el "bombardeo" de las cremas antiarrugas, cremas que, treinta años antes, Naomi Wolf afirmó en *El mito de la belleza* que no servían para nada. De momento, nadie se ha dado cuenta y la industria cosmética sigue viento en popa.

Así, nuestra ya mujer de 26 o 28 años, junto al maquillaje que puede hacerla más bella, sopesará si empezar a utilizar diversos potingues que mitiguen los signos del envejecimiento. Con 18 años, contemplar su propia lozanía pudo muy bien haberle parecido eterno. Sin embargo, la realidad es que una mujer pasará más tiempo de su vida viéndose envejecer que viéndose guapa. "A los veinticinco años, ya era vieja", escribe Patrícia Soley-Beltran.

Hasta cierta edad, el agente externo, como Sueño y Venus ayudando a Hera, sirve para *realzar*; luego, esas ayudas de la ciencia y del progreso cosmético tendrán como objetivo *detener*. Se realza lo que se posee, la dote natural, y se intenta detener lo que se va perdiendo, también por imperativo biológico. Los años pasan sin misericordia.

Es envejecer lo que preocupa en el fondo de esa otra preocupación que solemos definir como estar guapa. Estar guapa es el regalo y envejecer, la penitencia.

La cirugía estética irrumpe entonces como el gran milagro, la gran intervención, pues no es poca cosa manipular un cuerpo que no está enfermo, darle otra forma y otras dimensiones. De las personas que recurren a ella, más

de un 80 % son mujeres.

"Hay que saber despedirse de la belleza", leo en la prensa mientras escribo estas páginas. Es una declaración de la actriz Ángela Molina. Los males del envejecimiento femenino están por todas partes. Días antes y días después, varios hombres famosos rompen matrimonios de décadas, y enseguida se anuncia que han iniciado nuevas relaciones con mujeres más jóvenes. Se separaron de esposas que ya estaban en los 40, y tienen nuevas parejas que rondan los 25. Un clásico.

Top Gun: Maverick (2022) sigue en cartel y en ella aparecen todas las estrellas que protagonizaron en 1986 el *Top Gun* original. Sólo falta la coprotagonista femenina, Kelly McGillis. Era ya demasiado vieja para esta secuela, según se ha difundido.

Al teclear Kelly McGillis en Google, el algoritmo sugiere añadir a la búsqueda "edad", "antes y ahora" o "today 2022 age". Muchas veces, al introducir el nombre de una actriz en Google, he notado que automáticamente se propone acotar la consulta con "young". Es como si el buscador te dijera: "No busques a esta actriz famosa *en general*, búscala cuando era joven: sabemos que estás interesado en sus imágenes como tía-buena".

Un pasado como tía-buena. Debe de resultar no poco impactante ese momento en el que una actriz conocida por su gran atractivo físico (Dennise Richards, Salma Hayek) escribe su propio nombre en el buscador y ve cómo la máquina novedosamente propone delimitar la búsqueda, añadiendo la palabra "young". Esto indica que ya hay muchos fans buscando fotos tuyas de cuando eras joven. Indica, como pocas cosas en el mundo de la fama, que definitivamente ya no lo eres.

Quedo nuevamente con mi amiga Carmen, la que se transformó de un día para otro en tía-buena profesional y tuvo algunos problemas con las fotos que subía a su cuenta de Instagram. Le hablo del envejecimiento y me dice: "Yo cuando tenga cuarenta me voy a hacer un *lifting* que cuesta lo que la entrada de un piso". ¿Por qué? No se lo pregunto. La respuesta es la misma en cualquier caso: por seguir viéndome guapa, porque la vida es más amable con una mujer bonita, porque no quiero volverme invisible.

Le cuento a mi amiga una anécdota que le da la razón y me deja a mí en mal lugar. Sucedió este mismo año (2022).

Digamos que regularmente acudo a un establecimiento donde una mujer,

siempre la misma, me atiende. Podría ser una clínica dental, un gabinete psicológico, un centro de fisioterapia o un bar; no, por supuesto, algo ilegal o deshonroso. Llevo años acudiendo allí. La primera vez fue hacia 2007. La profesional que me atendió era simpática y muy guapa. Contrariamente a mis inclinaciones asociales, entablé conversación con ella desde el primer día, cosa que me sorprendió a mí mismo. Supe de hecho ese primer día que había nacido el mismo año que yo, en 1975.

Durante más de una década, debo decir que ir a su lugar de trabajo y ser atendido por ella me resultaba excitante, me animaba. Me gustaba verla, preguntarle cosas, que escuchara las mías. Nunca sucedió nada fuera del perímetro exacto de nuestro intercambio comercial. Ni un café ni la petición de tomar un café; ni una llamada ni un correo electrónico, dado que ni siquiera intercambiamos estos datos de contacto. Yo llegaba y la veía, y me animaba, pues me parecía muy sexy, y me daba por hablar y ella parecía también encantada de hablar conmigo. Así, como digo, estuvimos una década.

Debido a la pandemia, dejé de verla durante dos años. Volví, finalmente, en 2022. Nada más entrar por la puerta, me pareció que había envejecido muchísimo. Me sobrecogió su decaimiento físico. Tenía, al igual que yo, 47 años. Dije hola y ocupé mi lugar. Después, no le dirigí ni una sola palabra durante todo el rato que estuve con ella, salvo para despedirme, una hora después.

Le cuento a mi amiga que, ya en la calle, me sentí mal, mastiqué pesarosamente el rato de silencio anómalo vivido y entendí enseguida mis motivaciones profundas. Como ya no es guapa, no me importa. Esta crueldad mía fue del todo involuntaria, como prueba el hecho de que yo mismo me asombrara de mi actitud, al revisar el encuentro. Algo en mi mirada sobre ella desactivó en mi interior todo lo que, hasta ese momento, habíamos construido conversación a conversación. No me salían las palabras, como suele decirse; no tenía nada que decirle. Simplemente porque ya no era guapa.

"Y ella lo notó, seguro", apunta mi amiga.

Sí, lo notó. Ella me había visto mirarla durante más de diez años, y no pudo no advertir que mi mirada era de pronto distinta, que había realizado una reevaluación de su físico absolutamente automática y marcial, y que luego no había hablado con ella como era nuestra costumbre, debido sin más a que ya no me agradaba a simple vista[27].

En la conversación con mi amiga, hago recuento de situaciones que apuntan en esta misma dirección. Otra amiga, ya en la treintena y con dos hijos, me contó que un día se había puesto mona y había tomado el metro para dar una vuelta a la ciudad esperando únicamente que alguien la mirara. Y nadie la miró. También recupero la frase de una compañera de trabajo que se fue a su casa a la hora de comer y volvió maquillada: "Es que no me sentía suficientemente guapa". Y recuerdo además lo que me dijo una alumna de un taller literario que yo impartía, sobre otra alumna: "Hombre, llevar minifalda a los 50..."

Que a los 50 una mujer se vuelve invisible es una noción popular. En realidad, no se vuelve invisible, sino que *deja de ser mirada*. Es decir, se vuelve tan invisible como han sido siempre casi todos los hombres y algunas mujeres; se vuelve eso que conocemos como *ciudadano anónimo*.

Nuestra adolescente ficticia llegará a los 30, y quizá tenga hijos, y quizá después de tenerlos haga un enorme esfuerzo por recuperar su forma física; y llegará a los 40, y tal vez lo deje estar o, como mi amiga, se haga un *lifting* que cueste lo que la entrada de un piso; y llegará a los 50, y se preguntará (supongamos) por qué un hombre con esa edad se puede considerar aún atractivo y una mujer no.

Y quizá nunca entienda que lo único que de verdad atrae la mirada masculina es la juventud.

33. La historia de Olga

He conocido a Olga hace poco y le he hablado de mi libro. Con las amigas, exnovias y novias es muy fácil exponer el proyecto. Con una conocida reciente, resulta un tanto agresivo preguntarle cómo es eso de estar buena. Al demandar su opinión sobre el asunto, he de reconocer que me parece muy atractiva, que tiene buen cuerpo, *que se lo he mirado;* que le noto que se gusta o que de alguna manera considero que puede hablarme desde el punto de vista de una tía-buena. Olga tiene unos 60 años.

Aparenta cuarenta y pico. Viste con elegancia y gusto, ropa cara. Se mueve como deben de moverse las modelos cuando llegan a los 60. Una amiga me habló de ella, me dijo que fuera a consultarle. Por algunas fotos antiguas que había subido Olga en su cuenta de Instagram, de joven era "un bombón", me avisó mi amiga.

Le digo esto mismo a Olga: que una amiga mía ha visto sus fotos de joven y

que le parece “un bombón”. Quizá lo hago para no tener que decirlo yo, que además nunca he empleado la palabra “bombón” en ese sentido. Me refugio en la opinión de otra mujer. Olga ni se inmuta. “Bombón”. Lo sabe. Y me dice: “Mis hijas son unos pibones”.

Diría que tiene muchas ganas de hablar sobre el físico femenino. Diría que es uno de los asuntos más importantes de su vida.

Estamos en una sala de juntas elegante, muy decorada, con cositas. Ella misma va estupenda, con vestido negro y mucha joya alambicada. La dejo hablar.

Me dice que lo fundamental para ser una tía-buena es el esqueleto. Luego lo demás se va viendo. Es el esqueleto, esa pieza inamovible del cuerpo, el que determina tu prestancia física. Olga es alta, de piernas largas y brazos finos, tiene uno de esos cuerpos que parecen trazados de una sola pincelada.

Al descubrirse atractiva, con 14 años, hubo momentos en los que deseó ser fea y, de hecho, hubo días en los que hacía todo lo posible por parecerlo. El atractivo le traía sobre todo problemas. “Era entrar en el Metro y saber que me iban a meter mano”.

Sin embargo, a esa edad no resultaba guapa para los chicos de su edad; resultaba excesiva para ellos, en verdad. Eran los padres de sus amigos los que babeaban al verla y, en varias ocasiones, aprovechando un pasillo o un rincón de la casa donde se toparan con ella a solas, se abalanzaban para besarla. Esto le pasó varias veces, de adolescente, en meriendas o fiestas en casas de otros chavales.

Ya en la mayoría de edad, se echó un novio del PCE y frecuentó las fiestas famosas de la Casa de Campo, hasta que las demás chicas del partido consiguieron que dejara de ir con ellos. “Me echaron las otras porque eran feas”. Y añade: “Cualquier mujer guapa sabe que no existe la solidaridad entre las mujeres”.

¿Odias a las mujeres feas?, le pregunto. “Sí, las odio”.

Me habla de lo “peligroso” que era la belleza en el franquismo, aunque ella fue solo una niña durante la dictadura. Abundaban las queridas, siempre de feos funcionarios de alto rango o de ministros de Franco. Una mujer que se vio metida en estos embrollos le resumió a Olga el motivo: “Tuve dos desgracias en mi vida: ser pobre y ser guapa”.

La pobreza te obliga a sacar provecho de lo que poco que tienes, interpreto.

En la Transición las tías-buenas fueron las musas de los intelectuales, continúa. Nombra a Victoria Vera. Habla de la destrucción de Nadiuska.

Desde los 30, ella empezó a preocuparse por otras cosas, alejadas del cuerpo y de la mirada de los hombres. El feminismo le resultó útil, confiesa. Sin embargo, en los trabajos que iba teniendo siempre suponían que estaba liada con un jefe, que era ese lío con el jefe el que explicaba que ella tuviera trabajo en la empresa. La guerra entre las mujeres no atractivas y las mujeres sí atractivas la persiguió durante décadas. Sus mayores problemas relacionados con ser guapa procedían de las mujeres que no lo eran.

Me cuenta una anécdota menor que confirma lo que me han contado otras personas. Una rusa guapísima tenía "un feo al lado" y Olga le preguntó en un momento dado por qué salía con ese señor. La razón era que los hombres no se atrevían a acercarse a ella, tan endemoniadamente bella.

Le pregunto si hoy las cosas están mejor, porque… Y antes de llegar a pronunciar la palabra feminismo, me interrumpe: "¡Están mucho peor!"

Ella lo ve con sus hijas, de apenas 20 años. La vida de sus hijas es "una tortura", siempre preocupadas por el cabello, yendo al gimnasio, haciendo dietas feroces. Una tortura, repite. Antes una chica de 20 años estaba buena y ya bastaba, opino, no tenía que estar *todavía más buena* de lo que ya estaba. Ahora las chicas jóvenes nunca creen que están lo suficientemente buenas.

Me informa además de que ahora mismo lo único importante es el culo[28]. "¿Ves a Rosalía?", me pregunta. "Ese culo son cinco horas al día de gimnasio. Lucir ese culo implica también que dispones de suficiente tiempo libre para dedicarte a tu cuerpo. Es una marca de estatus social".

Muchas otras mujeres me han hablado ya de los culos, recuerdo en silencio; me han hablado de lo importante que es el culo de Kim Kardashian para millones de mujeres en todo el mundo. Es un asunto que me resulta fascinante. Cómo varias mujeres consideran que Kardashian, de hecho, ha provocado ella sola una revolución estética, sumamente liberadora (para las chicas con el culo grande, me dicen), con solo hacerse unas fotos.

Le pregunto sobre envejecer. Me dice que para ella fue un gran alivio poder salir a la calle sin pensar tanto en qué ponerse, sin necesitar congraciarse con el espejo varias veces antes de abandonar su domicilio. Pero, con todo, fue duro. "¿Cuántos veranos te quedan?", se decía a sí misma. Al cumplir 50 años, de pronto el pelo largo y la minifalda eran de mal gusto. No es que no pudiera

llevar el pelo largo y lucir minifaldas: es que ella misma veía que eso era de mal gusto.

Y un verano, me dice, miró su armario y descubrió de repente que el "90 %" de las prendas que había en él no se las podía volver a poner. Nunca más.

Determinadas camisetas, los vestidos escotados, las faldas cortas, los pantalones ajustados, las blusas sin mangas...

"Todo esto ya no me lo puedo poner".

Interludio fantasmático: Instagram

1.

He visitado Instagram constantemente durante toda la escritura de este libro, pues allí sólo miro, en efecto, tías-buenas. Según la información que te proporciona la propia *app*, y que entiendo dirigida a controlar tu posible adicción, ha habido meses en los que he dedicado a Instagram cuarenta minutos al día. Ahora mismo, el dato que arroja este sistema de autocontrol es de diez minutos.

En un primer momento, cuando me instalé Instagram, me encontré un despliegue automático de imágenes que me resultó curioso. Sin haber dado yo indicación alguna, pude ver enseguida fotos variadas y en alguna medida aleatorias, junto a imágenes de perfiles populares, ya fueran los de modelos o *influencers* cuya identidad me sonaba de la prensa, ya los de cantantes o actores y actrices.

Lo que noté enseguida, y que me sugirió la idea de utilizar esta herramienta para explorar la noción de tía-buena, fue que había una impresionante cantidad de fotos de mujeres atractivas en Instagram, y que la propia aplicación las favorecía poniéndolas en primer plano. A su vez, había una también llamativa concurrencia de imágenes con textos breves relativos a negocios, hacerse rico, hacer triunfar tu empresa, conseguir millones antes de los veinticinco o tener éxito financiero instantáneo. Entre las imágenes de mujeres solían aparecer figuras femeninas relevantes como Kim Kardashian, Ana de Armas o Ester Expósito, amén de completas desconocidas. Para

acompañar los mensajes motivacionales de enriquecimiento, solía recurrirse a retratos de Elon Musk, Bill Gates o Steve Jobs.

Así, Instagram ya determina una inclinación por sexos de lo más burda: las chicas tienen que estar buenas y los hombres tienen que ser ricos. A las chicas les interesan otras chicas atractivas y a los hombres cómo otros hombres tienen tanto dinero. A su vez, los hombres sólo están interesados en chicas muy sexys y las mujeres en hombres capaces de conseguir el éxito profesional. Todo esto decía Instagram sin tocar un solo botón, salvo el de instalar el multiálbum.

Como digo, me pareció que había allí mucho material para mi libro, y empecé, al principio tímidamente, a seguir diversas cuentas en las que una mujer publicara únicamente fotos *sexies* de sí misma. Podían ser miles, incluso cientos de miles los perfiles donde una mujer de entre 18 y 35 o 40 años, desde cualquier parte del planeta, tenía como afición subir una foto de sí misma cada semana o cada tres días en la que apareciera en su versión más aproximada a la de la tía-buena.

Según acabo de comprobar, sigo a 203 cuentas. Mi timidez primera tenía que ver con no dar *me gusta* a una u otra foto, aunque realmente me apeteciera mucho ese desahogo justamente cuando la foto me resultaba incitante, o singularmente incitante. De centenares de imágenes que veía cada día, lo cierto es que sólo una de cada cincuenta me motivaba un *like*, digamos, irreprimible. Era como si dar *me gusta* a una foto me expresara, incluso me liberara.

Al final me atreví a darlo (aunque en mi cuenta aparecía un nombre falso, me causaba pudor reconocer digitalmente y dejar registro de ello, que esta postura, esta modelo, esta chica o este primer plano de un culo *me gustaba*), pues consideré que todas las ideas que me sugerían esas imágenes las podía ir apuntando precisamente dando *me gusta*, para después revisar todas las fotos con *like* y resumir en mi libro mi experiencia en Instagram.

El número de imágenes a las que he dado me gusta en estos doce meses asciende a 989. Debo de haber visto varias decenas de miles. No sólo de las 203 cuentas que sigo, sino también procedentes de esa *home* de Instagram donde por capricho de un algoritmo se muestra una imagen u otra. En mi caso, pasadas unas semanas desde que empecé a seguir cuentas de chicas guapas, sólo me mostraba más fotos de chicas guapas. Si veía dos o tres fotos de chicas montadas a caballo, Instagram empezaba a ponerme muchas chicas

(nunca chicos) montadas a caballo. Si miraba un puñado de fotografías de Ana de Armas o de Alexandra Daddario, al día siguiente se me ofrecían más imágenes de estas actrices.

Una pregunta que me hice fue por qué millones de mujeres en todo el mundo volcaban su belleza regularmente en esta aplicación, y además exagerada, manipulada, forzada o directamente falsificada. Como es obvio, no todos los perfiles obedecían a las mismas razones.

Primero, estaban las profesionales específicas de Instagram, mujeres que podían definirse como modelos y que contaban con varios millones de seguidores. Tras algunos días dejándome llevar por el algoritmo de Instagram, llegué a los grandes nombres de este negocio: Nata Lee, Olivia Casta o Rachel Cook.

Después, teníamos a profesionales con una imagen pública, famosas de un artisteo más o menos popular, que necesariamente debían mantener una cuenta en Instagram, a efectos promocionales, así como innumerables presentadoras de televisión, ya fuera de concursos, de *magazines* o de informativos. (Una amiga me reveló que cierto canal obligaba a todas sus presentadoras a abrirse una cuenta en Instagram.) Tampoco faltaban en general las políticas, sobre todo si eran jóvenes, ya fueran presidentas, ministras, diputadas rasas o simples concejalas. Todas tenían cuenta en Instagram donde aparecían lo más guapas posible y, en la mayoría de los casos, luciendo bikini en época estival.

Finalmente, estaba la base de la pirámide escópica, esos millones de mujeres que podíamos calificar de anónimas, aunque algunas aparecieran con su nombre verdadero o tuvieran también cientos de miles de seguidores, y que hacían lo mismo que las profesionales, las famosas y las políticas: exhibirse.

Empecé a pensar en la dificultad, mayor de lo que parecía, de hacer una de estas, en principio, simples fotos. A fin de cuentas, la joven de Mallorca, Ottawa o Buenos Aires tenía que tomar numerosas decisiones antes de arriesgarse a una exposición fallida, ridícula o vejatoria. Debía elegir la ropa, la pose, el lugar, la luz y, si acaso estaba en su mano, los retoques. Una vez establecidas estas coordenadas, debía hacerse la foto, quizá decenas de veces, y escoger de entre todas las realizadas la que, a su juicio, fuera más válida. Pero ¿válida, en qué sentido?, ¿para quién?, ¿con qué criterios? Quizá consultara también con alguna amiga antes de publicarla.

En la película *Assasination Nation* la estudiante protagonista le cuenta a un profesor las agonías de este proceso: "Todo lo que tú ves es un desnudo. Pero no se trata de eso. No se trata de sexo o porno o de estar desnuda siquiera. Es todo lo que implica. La presión. Comerse la cabeza sin parar, los diez mil *selfies* desnuda que te has hecho antes de este, tratando de salir perfecta. (…) Pero es todo mentira. Nunca serás perfecta, porque nadie carece de defectos, y basta un puto gilipollas para recordártelo. Uno que dice, "jajaja", o "eres horrible". Y te manda otra vez a la casilla de salida".

Pensé que la pregunta que latía detrás de todas estas fotos era la misma: ¿qué es sexy? Incluso: ¿qué es sexy *ahora*? Lo sexy se renovaba constantemente, porque determinadas fotos estaban muy vistas y resultaban tópicas y, al cabo, *no funcionaban*. ¿Cómo destacar?

Lo cierto es que muchas mujeres coincidían en hacerse las mismas fotos, con el cuerpo colocado de la misma manera, en un escenario similar. Y todo ello, en fin, era una copia casera de la foto profesional que una profesional de la belleza se había tomado meses o sólo semanas antes, según podía comprobar yo mismo, con mi espionaje diario.

El cuerpo de la mujer era por tanto abordado y explorado incansablemente, siempre a la búsqueda de lo sexy, es decir, del *like*. No bastaba –incluso era innecesario– con ser guapa y hacerse una foto como quien posa con amigos en la terraza de un bar o ante un monumento en el transcurso de un viaje turístico. Había que semantizar la foto, darle capas de erotismo, ecos de un código de sensualidad reconocible.

Ante la masiva publicación de fotos *sexies*, me pareció que Instagram llegaba a concretar un *ranking* de enorme impiedad respecto a la belleza de las mujeres y, por tanto, de su autoestima y valor social. Simplemente la chica que obtuviera más *likes* era la más guapa; y la que contara con más seguidores, la más deseada, tanto a nivel, digamos, planetario como en cada pequeño entorno concreto.

Así, mientras en un primer momento mi posición me pareció la más débil, pues me veía violentado por miles y miles de fotos de mujeres en su mejor versión superficial, al final consideré que el poder en cierta medida lo tenía yo, pues era el que podía darles *like* o no, y mi *like* sumado al de cientos y miles de *likes* de otros hombres establecería la cotización de la foto, de la chica de la foto, y determinaría su felicidad y su amor propio. Si ninguno de nosotros

daba *like* a una foto, la chica que aparecía en ella iba a pasarlo realmente mal y hasta acabaría retirando la imagen de su cuenta.

Al final, ¿qué es sexy? Lo que 50.000 *likes* consideran *sexy*.

2.

En mis primeras semanas visitando a diario Instagram, me fijé sobre todo en los perfiles de las que he denominado "profesionales": mujeres sin otra cotización social que su propia cuenta en esta web. No eran actrices ni modelos (nunca publicaban, si fuera el caso, el anuncio que habían hecho para determinada marca de ropa, por ejemplo), no presentaban concursos en ningún canal de televisión ni hacían, en fin, nada salvo subir fotos de sí mismas. El perfil de Nata Lee monopolizó enseguida mi atención. Tenía 7 millones de seguidores.

Nacida en Rusia como Natalya Krasivina, y con 23 años, Nata Lee aparecía constantemente en mi perfil falso. Visitaba su cuenta y al día siguiente Instagram me mostraba más fotos suyas, y luego diversos perfiles que seguía y donde se hacía una selección de fotos de distintas usuarias atractivas, repetían la imagen que el día anterior había publicado Nata Lee, o publicaban fotos suyas más antiguas. Aunque acababa de estrenarme en Instagram y poco sabía de su funcionamiento, me dio la sensación de que Nata Lee era la chica más popular en este entorno, la que recibía más *likes* y la que creaba tendencias.

Lo que me había dicho Olga sobre los culos era confirmado a diario en Instagram, y particularmente por Nata Lee. Olga aseguraba que ahora mismo lo único que importaba en la exhibición del físico de una chica era el tren inferior. Nata Lee, o aquellos que diseñaban su imagen, privilegiaban esta zona de su cuerpo en casi todas las fotografías, ya fuera retratándola de espaldas, ya tumbada boca abajo sobre la nieve en shorts, ya corriendo sobre una cinta o haciendo levantamiento de pesas ligeramente vuelta hacia el punto de fuga.

He de reconocer que mi mirada encontraba en Nata Lee una perfección fascinante, casi insuperable, y que esa perfección me parecía fruto de mucho trabajo, mucho talento (incluso) y no poca técnica.

Cada imagen de Nata Lee era, sin duda, mejor que las de las demás mujeres en Instagram, y yo trataba de averiguar por qué. Ese lugar que ocupaba Nata Lee en lo alto del podio de Instagram no se debía, como es obvio, a que objetivamente ella fuera más atractiva que ninguna otra, sino a que, siendo

muy atractiva, además se hacía las fotos más sorprendentes.

Llamaron mi atención los espacios elegidos para los retratos. El hecho de que estas imágenes explotaran la sensualidad de una mujer conllevaba seguramente que muchos de sus observadores nunca repararan en la narrativa que se desplegaba en cada una de ellas mediante la elección del escenario. Abundaban los hoteles, siempre de lujo, los destinos soñados (Capri, Maldivas), los núcleos financieros (singularmente Dubai) y vistas a rascacielos espectaculares (jugar al golf en una azotea con varias edificios picudos y modernos al fondo). También aparecían de fondo en otras imágenes las montañas del Tirol, en Austria, playas en Phuket (Tailandia) o algunas calles céntricas de París.

Si te fijabas bien, veías que en la bañera decorativa llena de botellas de champán junto a la que se había fotografiado Nata Lee podía leerse claramente Moët&Chandon; o que la hebilla de su cinturón tenía la forma de una L y una V entrelazadas; también era, en otra foto, de Louis Vuitton el pequeño bolso que colgaba de su hombro.

Así, la asociación recurrente que destilaban las imágenes de Nata Lee era que estar buena te permitía una vida de lujo. No podía ser que con ese cuerpo una mujer viviera en un pequeño piso del extrarradio y se alojara en hoteles de tres estrellas cuando visitaba, pongamos por caso, Cáceres. No podía ser que vistiera de Zara o saliera de casa en un Seat Ibiza. La belleza o sensualidad de Natalya era también superior a las de las demás chicas porque sus fotos se tomaban en una habitación de hotel en Abu Dabi que costaba 2000 dólares la noche. El observador lo veía y no lo veía, le parecía de hecho natural que una mujer tan guapa viviera esa vida de máximo dispendio y ociosidad. Pero en realidad no había en ello nada de natural, sino una estrategia de equiparación comercial: el mejor hotel, la mejor ropa, la mejor chica. Ella era un producto que sólo podía conseguir esa minoría que puede conseguirlo todo. Era el mensaje subliminal que se enviaba.

Por otro lado, Nata Lee aparecía en casi todas las fotos en situaciones de esparcimiento. Podía estar en la playa tumbada, asomada a un balcón con unas vistas privilegiadas o preparándose para salir a cenar por la noche con su vestido nuevo. Nunca salía *haciendo algo,* ni siquiera leer un libro, no digamos contestar a un email o entregada a alguna humilde intendencia doméstica o a cualquier actividad que supusiera trabajo (hacer facturas, atender una llamada

de su gestor, sufrir la cola en una tienda…).

Sólo había una serie de fotografías donde la veíamos esforzarse, hacer algo: las fotografías en el gimnasio. Eran, por supuesto, salas de entrenamiento exquisitas, casi falsas, o parques tropicales con algún aparato deportivo al aire libre. Nata Lee no sudaba en estas fotos, pero al menos estaba entregada a alguna actividad alejada del posado estricto. También eran posados, pero que fingían una ocupación.

Que la rutina física obligada para mantener un cuerpo esbelto fuera la única actividad que aparecía en la cuenta de Instagram de Nata Lee nos hace volver a Olga. Tener tiempo para cuidarse, nos dijo también mi nueva amiga más arriba, es una muestra de estatus. El retrato que hacía de su vida Nata Lee en Instagram se resumía en disfrutar del lujo y del consumo prohibitivo, y cuidarse en gimnasios caros. Podía permitirse un hotel en Dubai y un bolso de Louis Vuitton; podía permitirse cinco horas al día de ejercicio físico.

A su vez, hacer ejercicio para estar sexy servía para mostrarse sexy ante sus siete millones de seguidores, en lo que no dejaba de ser un giro metanarrativo de cierto interés. Nata Lee no enseñaría fotos, por ejemplo, de una de sus operaciones de cirugía estética. Cuando la vemos levantar pesas o practicar yoga, su belleza se legitima por la difusión del esfuerzo que hemos de entender que ha puesto en ella. Si viéramos imágenes de su operación de aumento de pecho, el efecto sería el contrario.

Otra característica presente en las imágenes de Nata Lee se refiere a lo que en otra parte de este libro denominamos "exculpación del que mira". Si bien la mayoría de sus fotos muestran claramente a una mujer dispuesta a que su cuerpo sea admirado de forma directa y sin ambages, en otras emplea esa técnica propia de los retos de TikTok, donde con la excusa de cualquier ocurrencia viral (echarse por encima un cubo de agua fría) lo que vemos es a una mujer en bikini que luce su capital erótico. El planteamiento de estos retos y de algunas fotos sería: te doy una excusa para mirar mi cuerpo de una forma en la que, sin esa excusa, sería inapropiado. Este recurso es habitual en algunos programas de televisión, pero también puede localizarse en diversos deportes femeninos, como el patinaje artístico. La patinadora (y no, en su propio campo erótico, el patinador) luce siempre un vestido de vuelo fácil, normalmente corto, que en determinados números queda totalmente subido mostrando las bragas ceñidas. La visión de esos traseros atléticos produce en los espectadores

un silencio encantador: lo miran y lo aprecian, pero nadie puede acusarles de estar recreándose. Son sólo gajes de este deporte, se piensa, el patinaje artístico, no es culpa mía que se pueda mirar impunemente y sin pudor un bonito culo cuando el patinador lanza por los aires a la patinadora o esta se desliza de espadas. En realidad, el vestido de la patinadora se ha diseñado con ese propósito y en aras de una mayor audiencia de su especialidad deportiva. Sucede lo mismo con el volley playa femenino.

Nata Lee, en fin, desplegaba toda una serie de estrategias ganadoras del capitalismo escópico y hasta conseguía que una curiosa obsesión, la de las bañeras (de loza blanca, por lo general), fraguara en resignificación erótica. También recurría al *selfie* falso, consistente en salir en una foto totalmente profesional con el móvil en la mano y mirando la pantalla, como si la imagen se la hubiera tomado ella a solas. Este trampantojo dotaba de una intimidad añadida a la foto, como es obvio, y la intimidad siempre comporta erotismo.

Al poco tiempo de conocer el perfil de Nata Lee, descubrí además una curiosa coincidencia electiva: la foto que a mí más me gustara de cualquier perfil de una chica era siempre la foto con más *likes* de todas las expuestas. Aunque yo paseara por cientos y miles de fotografías creyendo tener un gusto propio, una mirada incluso original en la sensualidad, lo cierto era que la mayoría de los hombres (supongamos que prácticamente todos los *likes* en este tipo de imágenes son dados por hombres, aunque quizá sea mucho suponer) tenían el mismo gusto que el mío. Al igual que la canción más popular de un álbum parece ser elegida uno a uno por cada oyente del disco, la fotografía preferida de la mayoría era también en cierta medida *evidente*.

Empecé a visitar también el perfil de Olivia Casta, que tenía sus propias características. Si Nata Lee explotaba sobre todo su tren inferior, Olivia Casta monografiaba su busto. Eran sus pechos los que, sin mayores rodeos, centraban la atención del espectador en su álbum. A diferencia de las de la modelo rusa, las fotos de Olivia no eran muy variadas ni imaginativas, sino algo simples y monótonas. Quizá por ello –pues con Nata Lee no se me había ocurrido–, me decidí a buscar su nombre en Google, por ver si encontraba nuevas ideas sobre todo este asunto.

El buscador me mostró varios enlaces relacionados con Olivia Casta, uno de los cuales era el de su perfil en OnlyFans, algo que no dejó de sorprenderme. En esta web de pago se describía a sí misma de la siguiente

manera: “La modelo desnuda de tus sueños (emoticono sonrojado sonriente). Zona de ligero erotismo (emoticono de un conejito). No soy una trabajadora sexual, por ahora (es broma) (emoticono de cara sonriente con gota de sudor en la frente)”.

De inmediato, busqué si Nata Lee mantenía también una cuenta en OnlyFans, es decir, una cuenta de desnudos explícitos a cambio de un pago mensual. Así era. Cobraba 25 dólares al mes y había publicado 1240 imágenes y 21 vídeos. El pago incluía “acceso total al contenido de este usuario” y “mensaje directo con este usuario”.

Mi diligencia a la hora de escribir este libro podría haberme sugerido hacer ese pago, pero no se me pasó por la cabeza. Las fotos de OnlyFans me parecían, de hecho, otro libro, uno sobre sexo y no sobre la mirada. El avistamiento de unos genitales participaba de otra interacción social, muy distinta a la que guiaba mi ensayo.

Pensé que estas cuentas profesionales de Instagram funcionaban al cabo como una suerte de invitación a inscribirse en OnlyFans, eran un pasadizo hacia el negocio crudo. Cuando la afición de uno de los observadores habituales estuviera ya saturada, y se volviera obsesión, y ese observador quisiera estar más cerca de su objeto de deseo, pagaría, no poco motivado además por ese “mensaje directo” que su desembolso habilitaba: poder ligar con la chica más deseada, poder hacer proposiciones.

Entre la empatía y la ternura, me volvía a la cabeza la broma de Olivia Casta: “No soy trabajadora sexual, por ahora”.

3.

Junto a las estrellas de Instagram, y a todas esas actrices, cantantes, presentadoras y políticas que mantienen en esta red social un perfil publicitario, se encuentra una amplia mayoría de chicas anónimas encomendadas semanalmente a subir fotos y vídeos de sí mismas que cosechen *likes*. Es un universo prácticamente infinito de exploración concupiscente, equilibrios de la autoestima y creatividad muy cercana en ocasiones al ridículo.

La exploración, como dijimos, tiene que ver con el abordamiento fotográfico del cuerpo de la mujer desde todos los ángulos posibles, con el ensayo de toda indumentaria existente, con la adopción de cualquier pose por extraña o antinatural que resulte, y con la elección de escenarios de variedad inagotable, incluidos los más bizarros e insólitos.

Todo ello busca responder a la pregunta: ¿qué es *sexy*? O también: ¿qué puede gustar mirar a los hombres? La respuesta acertada da lugar a un goteo de "me gustas" que redundan en un aumento puntual del amor propio.

Dado que yo empleaba dos segundos en cada imagen de Instagram, y cuatro o cinco si le daba *like*, podríamos definir la autoestima en Instagram como el resultado de que varios miles de usuarios coincidan en dedicar cinco segundos de su vida a tu fotografía.

Yo también me preguntaba qué era lo sexy, como mero observador, por qué una estampa me gustaba más que otra y por qué una imagen dentro de un álbum de cuatro o cinco imágenes de la misma mujer tomadas en el mismo momento me parecía más sensual que las demás. En gran medida, era un misterio, guardaba relación con el detalle, la sorpresa, la reformulación de una obviedad: el cuerpo ya conocido y visto en millones de ocasiones.

Ante una imagen de una chica en bikini en la playa, por ejemplo, pensaba por qué me resultaba más atractiva que otras, siendo insuperablemente tópica. El bikini era como cualquier otro y la joven, canónicamente esbelta. Sin embargo, según aprecié, llevaba alrededor de la cintura una fina tira de tela del mismo color que el bikini, lo que parcelaba su cuerpo de una forma distinta a como acostumbra este tipo de ropa de baño. Así, lo *sexy* en esa imagen no estaba en el cuerpo perfecto de la joven, sino en una breve línea de tela sobre su vientre, y la mirada parecía descubrir un cuerpo nuevo en el cuerpo consabido, simplemente porque la cinta provocaba en él divisiones sorprendentes. Lo erótico, sí, estaba en abrir y cerrar, mostrar y ocultar, proponer guías desconcertantes sobre la piel, como había establecido Barthes.

Sin embargo, por lo general, las fotografías eran triviales y repetitivas. Ropa de calle, un bar; ropa de fiesta, un hotel; bañador, la playa; lencería, el dormitorio; ropa deportiva, el gimnasio, etcétera. Normalmente se sonreía, o se fruncían los labios, o se ponía cara inocente o cara pícara o rostro agresivo.

Las usuarias más ambiciosas mantenían una disputa con los límites de Instagram en relación con el desnudo. Quizá ignoraban que lo que posibilitaba lo *sexy* en Instagram era que hubiera límites. Se subían una prenda justo hasta que estaba a punto de ser visible un pezón; mostraban la cadera para indicar que no llevaban ropa interior bajo la falda con aberturas laterales; salían completamente desnudas, pero sin que se viera *nada* (esa nada que significa los pezones y el vello púbico, los labios vaginales y el esfínter del ano), utilizando

en muchas ocasiones los propios brazos y determinadas torsiones del cuerpo, exactamente igual que en la pintura clásica durante siglos.

A veces, una chica se fotografiaba desnuda y de frente a la cámara y publicaba la foto con las zonas de riesgo tapadas por algún emoticono o por tres trazos de color carne.

Notaba yo que había cierta ansiedad en estas usuarias, un deseo de gustar más que otras de una vez por todas, poniendo toda la carne en el asador.

Esto llevaba a muchas a adoptar posturas de connotación abiertamente sexual, sobre todo a cuatro patas. También abundaban los clichés no poco vulgares, como lavar un coche en bikini, chupar (no comer) un plátano o fotografiarse con la camiseta mojada. En los vídeos muchas chicas salían haciendo botar sus grandes pechos ante la cámara, lo que me hacía preguntarme qué pensaban de sí mismas estas chicas, realmente. La falta de sutileza resultaba siempre ridícula y vejatoria. Una joven aparecía en otro vídeo moviendo la mano fuera de cuadro a una altura y con un ritmo que te hacía pensar que estaba masturbando a un hombre; diez segundos después, la mano entraba en cuadro y veías que estaba agitando un bote de gel. "¿Qué te pensabas?", decía de pronto un título. Había cientos de vídeos parecidos.

De vez en cuando, se ponía de moda una práctica de exhibición. Durante algunas semanas, abundaron en mi perfil de Instagram las chicas que aparecían en un vídeo con ropa ancha, una camiseta o un jersey *oversize* del que tiraban pinzándolo con los dedos hasta que, de pronto, en virtud de un corte de edición, se veía a la chica en ropa interior. Algo parecido hacían otras mujeres con la ropa de trabajo. Una enfermera, azafata de avión o barrendera se situaba ante la cámara con aspecto poco sensual. Tomaba por ejemplo un zapato de tacón y lo tiraba al aire. Nuevamente, un corte de edición cuando caía el zapato nos la presentaba de pronto vestida de noche, espectacular (según el canon).

Durante otro periodo, fue la sensación salir sentada en el asiento del copiloto de un coche vestida con falda corta, y entremeter las manos por debajo de la falda y quitarse las bragas y tirarlas por la ventana del automóvil. Ese era el vídeo.

También se jugaba en sentido contrario, tomando una prenda con carga erótica (como un tanga o unos shorts) y mostrándola a cámara. La chica se acercaba esa prenda al cuerpo varias veces, hasta que de pronto (corte) la

llevaba puesta.

Varias chicas vestidas con ropa deportiva pensaron a su vez que era buena idea hacer explotar un globo con el culo apretándolo contra una pared. Otras muchas se sumaron a la publicación de vídeos donde en plena calle o en un centro comercial o en un vulgar colmado se bajaban los pantalones o se subían la falda durante dos o tres segundos.

Todos estos números mostraban cierta creatividad, pero me resultaban más circenses que efectivos, si lo que querían era despertar libidos.

Con todo, descubrí un mundo erótico totalmente desconocido: el de la hípica. De pronto, estuve varios días viendo mujeres montadas a caballo, en cuentas donde supuestamente se buscaba difundir el noble ejercicio de la equitación. Sobre el papel, nada había en estas cuentas que resultara intencionadamente sensual. La ropa de monta es la que es, los caballos no tienen vuelta de hoja, el salto de un obstáculo se realiza siguiendo unas maniobras corporales regladas.

Sin embargo, las jinetes eran siempre mujeres jóvenes de cuerpos espléndidos y la cámara las seguía en sus ejercicios con tan mala suerte que siempre podía verse lo bien que les quedaban los pantalones de montar. El salto de un obstáculo, donde el trasero de la jinete debe hacer un curioso movimiento de sube y baja, era filmado siempre desde atrás, de modo que, quisieras o no, el culo de la mujer era lo único que mirabas en el momento del salto.

Como es obvio, el vídeo de equitación que a mí me pareciera más *sexy* era siempre y sin error posible el que más visualizaciones tenía de todos los del mismo perfil.

Instagram no dejaba de mandarme vídeos de mujeres jóvenes montando a caballo, y yo me preguntaba cómo podía saber que eran mujeres y jóvenes las que yo quería (o no) ver; nunca coincidía en colar en la *home* vídeos de jinetes masculinos, jinetes ancianos o espectáculos acrobáticos con caballos.

También había vídeos donde las caballistas montaban sin silla ni bridas, con las piernas desnudas; o se grababan a sí mismas en unos espejos alargados que hay en las caballerizas donde entrenan; o demostraban cómo podían subirse al caballo sin usar las manos.

Hasta un millón de visualizaciones tenía un vídeo de 17 segundos donde una chica se montaba en un caballo sin usar las manos.

Otras propuestas erótico-deportivas de Instagram incluían el voleibol, el vóley-playa, hacer rodar una barra de levantamiento de pesas sobre los propios discos de modo que la barra pasara rozando el culo de una chica tumbada boca abajo en el gimnasio (como demostrando, con este extraño rito, que estaba en forma); el yoga; el patinaje; montar en bici; el submarinismo.

De vez en cuando proliferaban fotos de una personalidad en concreto, no sabía yo muy bien por qué. Por ejemplo, la presentadora mexicana del tiempo Yanet García; la actriz Alexandra Daddario; diversas reporteras de fútbol con pantalones muy ceñidos.

Acabé interesándome también por los dibujos y cuadros. Había perfiles que publicaban "pulp covers" de los años cincuenta, sesenta y setenta, con mujeres de grandes pechos perseguidas por *frankensteins* o discutiendo en un taller mecánico con hombres de pecho velludo que les miraban las piernas. Tonia Calabrese hacía dibujos eróticos en tinta china. El perfil Woman in paints mostraba cuadros con mujeres desnudas, desde algunos de Boughereau o Frieseke, hasta uno (una felación) de Yolanda Dorda, pasando por bonitos lienzos como *El nacimiento de Venus* (1910), de Konstantin Makovsky o *Ninfas de caza* (1898), de Julius Leblanc. También había una señora que realizaba bordados de actos sexuales, normalmente en hilo rojo.

La mayor creatividad la encontré en el anime o dibujo animado japonés. Numerosos clips breves de series de nombres larguísimos empezaron a aparecer un día en mi cuenta. Los creadores inventaban pícaras peripecias para que una joven muy sexy quedara tirada en el suelo y un chico tropezara y se cayera encima; o para que quedara a cuatro patas y otro chico chocara contra ella, la parte genital de él perfectamente pegada al culo de ella, sin querer; o para que un chico abriera la puerta del baño y encontrara a una joven desnuda.

En una escena de *High School of the dead*, serie que trata sobre "un grupo de estudiantes japoneses atrapados en un apocalipsis zombie", zumbaban las balas mientras los cuerpos de las estudiantes se bamboleaban de aquí para allá en minifalda tratando de salvar la vida, y la cámara seguía el trazado de las balas y pasaba por debajo de las bragas de las chicas o entre sus piernas, en un fascinante no va más de la técnica de la que hemos hablado varias veces: escenografío una batalla, pero tú sólo ves culos, pechos e ingles.

Curiosamente, seguía la cuenta de Playboy Europe, pero me parecía la más aburrida de todas.

A veces se recurría al efecto *cheerleader*, amontonando tías-buenas unas encima de otras, o situando a diez o más chicas jóvenes con el culo en pompa en mitad de una playa. Eran fotos de lo más degradantes, a mi juicio.

Y también en alguna ocasión se fotografiaban parejas, la chica consabida y un hombre a su altura. Estas fotos me resultaban curiosas porque me indicaban cuál era la contraparte masculina de la tía-buena, y se trataba de hombres que me producían un inmediato rechazo. Morenos, musculados, depilados, con relojes grandes y camisas blancas, cierta actitud de tener entradas para la SuperBowl o los Lakers. Me parecían insípidos y a mis amigas también les parecía insípido este tipo de hombres. Pero eran exactamente la versión masculina de ellas, y ellas a mí no me parecían insípidas.

De hecho, abundaba el amor romántico, tanto en las propias fotos como en ciertos mensajes motivacionales que seguían apareciendo en mi cuenta y que trataban a menudo de cómo encontrar el amor para toda la vida. Importaba mucho eso, el amor eterno, la fidelidad, tener hijos y formar una familia sólida. Todas las tías-buenas eran jóvenes (no más de 33 años) y en el fondo buscaban el amor, deducía uno.

También había cierta inclinación por la estética BDSM, particularmente en Rachel Cook (3,5 millones de seguidores). Correas, arneses, argollas y cuero entre luces de neón y asfalto húmedo.

De vez en cuando me salía la foto de un *grafitti* pintado en una barrera de hormigón de las que se utilizan para canalizar el tráfico en las autopistas.

"Tu culo es una locura", decía.

4.

Es muy probable que fuera en ese periodo en el que miraba Instagram durante cuarenta minutos al día cuando me sobrevino una especie de hartazgo, incluso de amargura. De pronto, ninguna imagen me complacía, me divertía o me estimulaba. Eran decenas de miles las que había visto, y no se trataba de que ya lo hubiera visto todo, sino de que sólo veía algo parecido al código fuente, el revés del tapiz, la estrategia. Recordé aquel documental donde un hombre decide no comer otra cosa durante meses que hamburguesas de una cadena de comida rápida y cómo la película va registrando el empeoramiento de su salud y su aumento de peso. Yo, después de un año pensando en tías-buenas, buscando tías-buenas y escribiendo casi a diario sobre tías-buenas, me sentía saturado, desencantado incluso, a un paso de la sordidez.

Porque, como digo, no era sólo Instagram, era cada paso que daba en la calle, cada película que veía o cada canción que escuchaba. De vez en cuando aparecía en el *Marca* una polémica que me concernía; por ejemplo, la de un jugador que había mirado lascivamente a la responsable de prensa de su equipo, y esa mirada se volvía viral y se criticaba o justificaba. También en prensa deportiva vi a una chica muy sexy (mi tema) hacer cola para recibir un autógrafo de un futbolista, y al recibirlo ella depositaba un papelito sobre la mesa, su número de teléfono. Rosalía no dejaba de estrenar videoclips perfectamente alineados con la temática de mi libro: mucho culo, mucha explicitud sexual, muchas visualizaciones. Cirstea, una tenista, declaraba: "Me decían que era mejor ser guapa y Top-20 que fea y ser número uno". La actriz Sydney Sweeney declaraba: "Soy una gran fan de Dakota Johnson. Está buenísima. Dakota, estás muy buena y me encanta trabajar contigo".

De pronto, una amiga me mandaba un nuevo videoclip; se titulaba *Gorditas,* y en la letra se criticaba que las mujeres con sobrepeso no gozaran de mayor predicamento erótico.

Estaba empachado, pues todo esto lo apuntaba, lo pensaba, lo organizaba para componer mi libro. A mis amigas, justo después de consultarles un nuevo asunto sobre estar buena, les confesaba: "¡Estoy harto de las tías-buenas!", lo que sólo provocaba algunas risas y, sobre todo, que siguiéramos hablando del tema.

La nueva presentadora de cualquier programa siempre era una tía buena; la nueva política de moda siempre era una tía buena; la deportista que alcanzaba el estrellato siempre estaba muy buena.

En Instagram empecé a seguir cuentas bonitas para desintoxicarme. Eran álbumes de fotos de cine, de escenas de películas clásicas, sobre todo. También seguía ciertos perfiles que solían subir imágenes desacralizadoras de los actores y actrices más populares en Hollywood. Me gustaba mucho ese tipo de estampa que se denomina "off duty", es decir, la estrella que por un rato no ejerce como tal y sale a la calle en chándal o sin duchar, o es vista en un *diner* barato comiéndose un sándwich un poco triste.

Lo que me sucedía era que ya no veía sensualidad, sino negocio. Cada imagen me parecía una operación comercial. Incluso en la calle empecé a apartar la vista cuando una chica guapa se cruzaba en mi camino, del mismo modo que uno aparta la vista cuando le ha cogido manía a un alimento. Me

sentía traumado por el exceso de atractivo, que miraba ya casi con desprecio. ¿Y esto es lo que tienes que decirme?, parecía oponer yo: ¿y esto es lo que tienes que aportar a la vida?; ¿y de esto va de hecho tu vida?

Supongo que les pasa lo mismo a las personas que hacen *castings* de modelos o viven en esos entornos, que muy difícilmente pueden volver a sentirse impresionadas por la belleza de una chica, habiendo contemplado miles de jóvenes preciosas a lo largo de toda su carrera como agentes o representantes. La mirada se profesionaliza, vaciándose de inocencia.

Me desconcertó además una imagen que apareció en mi Instagram un día cualquiera. Bajo la típica imagen *sexy* de una mujer podía leerse: "I don´t need to be real". Era como si Instagram leyera mis pensamientos, y se burlara de mí o dejara caer algunas explicaciones que yo era incapaz de asumir. La falta de realidad, verosimilitud o correspondencia tangible entre muchas de las chicas que aparecían en Instagram con chicas de carne y hueso me estaba llevando a interesarme por el lado falsario de esta red social, por todos esos filtros y aplicaciones de manipulación de *selfies* y vídeos, es decir, por el trampantojo de la exhibición. Sin embargo, Instagram se me adelantaba diciendo que no perdiera el tiempo en ese laberinto, porque no había diferencia alguna entre lo falso y lo cierto. ¿Cómo podíamos haber llegado al punto de *no necesitar ser reales*?

I dont need to be real era tendencia en TikTok[29], según descubrí. Se había puesto de moda emplear la frase "No necesito ser real, necesito ser [.....]" (*I dont need to be real, I need to be [.....]*), y completar el espacio en blanco con la propia inspiración, aspiración o chascarrillo. Algunos componían bromas como: "No necesito ser real, necesito ser bueno en matemáticas", o "necesito ser la tía graciosa".

Sin embargo, el origen de este reto, por así llamarlo, que había generado miles de vídeos en TikTok era en realidad el eslogan de una aplicación llamada BeReal (de ahí que la mayoría de las veces "be real" apareciera como "BeReal"). Se trataba de una *app* francesa creada en 2020 que perseguía justamente volver a la vulgaridad de los cuerpos, al día a día de tu aspecto físico y a cierta autenticidad. Para ello, no incluía la posibilidad de manipular tu *selfie*, y además te concedía sólo dos minutos al día para hacerte ese *selfie* y subirlo a la aplicación. Esos dos minutos (la "ventana") variaban de un día a otro, podían ser a primera hora de la mañana o a media tarde o por la noche.

Era como si BeReal quisiera pillar con la guardia baja a todos esos jóvenes adictos a la sobreexposición en las redes sociales y obligarlos a ser ellos mismos.

Curiosamente, esta buena intención había recibido numerosas críticas. Algunos comentaristas de las novedades tecnológicas acusaban a BeReal de falta de glamour (de hecho, se trataba exactamente de eso) y otros, de conseguir que "todo fuera extremadamente aburrido". Era mejor Instagram, TikTok, dos horas para hacerse un *selfie* y las orejitas de conejo.

La periodista Zulie Rane merodeó el mismo concepto algunos años antes en la revista Zero One con un artículo titulado justamente "No necesito ser real para ser popular"[30], cuyo subtítulo no dejaba lugar a dudas: "A tu audiencia no le importa si eres un *fake*".

En él cuenta el caso de una guapa joven japonesa, fanática de las motos, cuyo perfil en Twitter tenía entonces veintisiete mil seguidores. Se llamaba Azusa Gakuyuki y era en realidad un hombre de cincuenta años.

Mediante edición digital, la cara arrugada de Soya (que así se llamaba el motero) se transformaba en la de una chica de unos veinte años, y era ella la que mostraba su pasión por circular con la Yamaha roja. Ahora mismo congrega cuarenta y un mil seguidores. "Nadie leería lo que un hombre normal de mediana edad, que arregla su moto y se hace fotos en exteriores, publica en su perfil", explica Soya. De hecho, había empezado su cuenta con su cara real y recibía diez *likes* por tuit. Como chica atractiva, recibe mil.

Es interesante sopesar aquí el extraño giro que Instagram y la manipulación fotográfica han dado al concepto de autoestima. La correlación entre aspecto físico y autoestima se nos hizo evidente, y prácticamente se nos impuso, como hemos visto, desde mediados del siglo xx, sobre todo a las mujeres. La consecuencia fue un culto al cuerpo desmesurado, que redundó en beneficio de varios sectores de negocio (cirugía estética, cosméticos, forma física) y conllevó también un aumento de las demandas de ayuda psicológica. Cifrar todo el amor propio en ser guapo o estar buena es, sin duda, poco sano.

Sin embargo, ¿qué pensar de que el amor propio dependa de estar falsificadamente buena en tu cuenta de Instagram? Resulta fascinante que una chica pueda alimentar su autoestima exhibiendo un cuerpo que no tiene, pero que le dice a los demás que es el suyo. Este desdoblamiento de la identidad era antes privativo de los famosos, mayormente de los artistas, que como es sabido

creaban muchas veces un personaje social (el Camilo José Cela faltón y vulgar; el David Bowie camaleónico y estrafalario; la Marilyn Monroe cándida y poco inteligente) para conseguir (y, al mismo tiempo, gestionar) la fama. En sus casas y en sus círculos íntimos, Cela, Bowie o Norma Jean podían ser ellos mismos, muchas veces no poco alejados de su imagen pública, que por supuesto llegaban incluso a detestar.

Con las chicas de Instagram sucede lo contrario. En la batalla de identidades simultáneas, es la identidad real la que se ve cuestionada. Así, las clínicas de cirugía estética reciben encargos de mujeres que quieren parecerse a ellas mismas según se ven en Instagram. Dado que la foto propia manipulada les proporciona autoestima, afecto ajeno y popularidad, su sueño es convertirse en una manipulación ya testada con éxito, hacer real la fantasía de la red. "No necesito ser real", por tanto, podría interpretarse como: "No me gusto real y lo que necesito que sea real es mi *fake*".

Sin embargo, este sueño presenta numerosas averías. Una muy democrática es que, si tú puedes manipular tu propia imagen para parecer más guapa y *sexy*, todas las demás chicas pueden hacer lo mismo, de modo que la competición por los *likes* se iguala en la medida en la que todo el mundo hace trampas. De hecho, en los *reels* más retocados de los cientos que he visto, si hay algo que resulta particularmente siniestro es que todas las chicas parecen la misma, pues no sólo emplean idénticas aplicaciones de modelado facial, sino que su canon de belleza (la nariz tiene que ser finísima, por ejemplo) resulta invariable.

En medio de esta escalada de fraude estético, comprobé que en el propio Instagram habían aparecido cuentas cuya finalidad era denunciar la irrealidad de la belleza de las mujeres más deseadas del mundo, al objeto de avisar a las chicas jóvenes de que no debían aspirar a tener un cuerpo, una cara o un cutis en rigor inexistentes. Problematic Fame, que así se llamaba una de estas cuentas, tenía dos estrategias de sabotaje. Una era publicar una foto de cierta actriz o *influencer* cuando era joven junto a una foto de la actriz o *influencer* en su momento actual y señalar todas las operaciones de cirugía estética que mediaban entre ambos retratos. La otra estrategia, más llamativa, era conseguir fotografías de esas mujeres explosivas y famosas en actos públicos, veladas benéficas o fiestas de entrega de premios y compararlas con las fotografías que los medios habían publicado de esos eventos. En las primeras, las actrices y cantantes aparecían siempre con arrugas, granitos, ojeras o

escoriaciones en la piel; en las imágenes que difundían las revistas, sus rostros eran de porcelana.

En España el perfil Belleza Falsa empezó a hacer lo mismo que Problematic Fame, bajo el aterciopelado lema "¡Más esencia y menos apariencia!" Según declaró anónimamente su responsable en un programa de televisión, recibía amenazas de vez en cuando para que quitara alguna foto. Estas amenazas hicieron que el perfil desapareciera en septiembre de 2022, pero estaba de nuevo activo en noviembre.

Algunas de las mujeres que veían saboteada su imagen en Belleza Falsa sospechaban que su creadora era, en realidad, una mujer que hacía lo mismo que ellas: vivir de su imagen manipulada. Belleza Falsa estaría gestionada, según estas modelos, precisamente por la modelo que nunca aparecía criticada en ella.

Epílogo. Últimas notas sobre la destrucción del amor

"¿No sabes que un hombre rico es como una chica guapa? No te casarías con una chica sólo porque es guapa, pero dios, ¿acaso eso no ayuda?"

Marilyn Monroe como Lorelei Lee en *Los caballeros las prefieren rubias*

1.

A mis dos hijos, niño y niña, les pregunto todos los días cuando vuelven del colegio con quién han jugado. Mi hija suele nombrar a Olivias y Lucías; mi hijo me habla de Hugos y Alejandros. Luego relatan pequeños conflictos que han visto en el patio del colegio: grupos de niños persiguiendo a grupos de niñas; niñas llorando porque otras niñas no las invitaron a jugar; chicos que ocuparon demasiado espacio en el recreo practicando fútbol ellos solos.

Recuerdo que mi época escolar fue igual: mis amigos eran otros niños, y las niñas estaban enfrente, lejos, un poco enemigas y un poco indescifrables.

Durante varios años, di un taller literario en una biblioteca pública de un municipio al Norte de Madrid. La biblioteca estaba en una avenida llena de edificios oficiales y de dotaciones deportivas. También había un centro de mayores. Pasé por delante de este centro unas cien veces. Era nuevo, reluciente, con grandes ventanales. Podía verse dentro a los ancianos pasando la tarde.

Siempre que miraba hacia las cristaleras del centro de mayores veía lo mismo: los ancianos, esto es, los hombres, jugaban en una mesa al mus o al dominó. Había cuatro o cinco mesas ocupadas sólo por hombres, muy concentrados en su partida. Las ancianas ocupaban a su vez otras cuatro o cinco mesas y jugaban a la brisca o al tute, únicamente con otras mujeres. Nunca vi una mesa donde los hombres y las mujeres jugaran juntos.

Estas dos imágenes grupales me han venido a la cabeza estos días. De niños, no hay gran interés por el otro sexo; de octogenarios, tampoco,

podríamos pensar. Al menos en las escuelas y en los centros de mayores; al menos, sí, en este estudio a vuela pluma y nada científico que he realizado en mi cabeza. Con todo, me veo obligado a seguirme la corriente y preguntarme qué pasa entre medias, en el gran tramo central de la vida.

Al quedar estos días con algunos amigos varones, aquellos de entre los míos que puedo calificar incluso de "amigotes", con todo el componente hipermasculino que lleva aparejado el término, les he sorprendido con una pregunta derivada de lo anterior: ¿estaríais interesados en las mujeres si no os resultaran físicamente atractivas? ¿Querrías hablar con ellas, tomar café, comentar películas, saber de su vida?

Dudaron, mis amigotes, porque querían decir que sí. Amén de fácilmente excitables, también son cultos, profesionales, modernos y leídos. Pero, entre risas, no pudieron negar que prefieren estar con otros hombres si no hay un ingrediente de coqueteo en sus encuentros con mujeres. A una mujer que no les resultaba atractiva la trataban de otra manera, peor sin duda, me confesaron.

"No". Otro amigo culto, profesional y moderno me contestó esto de inmediato, como una liberación. Su novia, veinte años más joven que él, estaba con nosotros en la mesa. "No", escuchó, no me interesan las mujeres que no son guapas.

La pregunta descoloca mucho, compruebo, pues la he formulado varias veces, también a mis amigas, poniendo sobre la mesa el alfa y el omega del colegio y el asilo. Todos quieren creer que sí habría amistades entre hombres y mujeres, relaciones, interés, sin ese puente tendido entre ambos que supone el deseo; pero no les he visto muy convencidos. Hay quien espera que esos asilos que ocuparemos nosotros en el futuro vean mezclarse por fin a hombres y mujeres en una partida de mus, pues los tiempos han cambiado mucho (me dice una amiga) y el gregarismo unisex tal vez toque a su fin.

Mi hija me contó un día que en el comedor del colegio los sientan a la mesa siguiendo un estricto orden chico-chica-chico-chica. Pensé que esta mezcla buscaba precisamente que los niños se relacionaran con las niñas, así como que las niñas no tuvieran solamente otras niñas como amigas. Mi hija, de 7 años, me explicó el verdadero motivo de esta disposición ideada por las *profes* de comedor: "Es que así no hablamos".

Mantenerse atractiva sigue siendo de una importancia vital para muchas mujeres, incluidas las de cincuenta, sesenta y hasta setenta años; y seguramente hoy sea algo más extendido que nunca antes en toda la historia. Al mismo tiempo, los hombres viven en su mayoría obsesionados por el físico de las chicas, obsesión que les acompaña hasta bien entrados en la mediana edad. Las relaciones que estas pulsiones paralelas *determinan*, siguiendo a Berger, no pueden más que apesadumbrarnos.

Viendo dibujos *anime* de chicas despampanantes, me hizo gracia pensar que esa chica tan sexy no estaba pintada *por debajo*. Lo que ocultaba, de hecho, no existía, siendo en realidad, ese ocultamiento, el origen de todo su erotismo. Los dibujantes pintan escotes, pero no pezones, pintan ingles, pero no vaginas, pintan glúteos, pero no anos. Y el hecho de que los genitales no estén pintados no importa para el éxito de su serie o su cómic.

Del mismo modo, la tía-buena propone un mundo sin interior, donde el carácter se da por hecho. Si, según la inmensa mayoría de pulsiones sexuales y amorosas de nuestro tiempo (que los futbolistas y los actores y cantantes y modelos representan cimeramente y, al mismo tiempo, prescriben), el ideal lo constituye una tía-buena y un millonario, esto no sólo quiere decir que el amor se fundamenta en dos simplezas un tanto mezquinas (me caso con ella porque es muy hermosa; me caso con él porque es rico), sino que además no se concibe que una persona sea distinta a otra, salvo porque resulte más guapa o tengo más dinero. Que dos personas que forman pareja deban tener algo en común, mantener conversaciones o encarnar intereses y valores similares se sitúa en un muy segundo plano frente a la estridencia del dinero abundante y del cuerpo bello.

En su novela gráfica *No siento nada* (2021), Liv Stromquist combina con dibujos las teorías sobre el amor en el capitalismo tardío de Byung Chul-Han, Eva Illouz o Erich Fromm. Siguiendo al pensador surcoreano, Liv Stromquist recupera el concepto socrático de "átopos" (el otro único, amado y fuera de serie), y concluye que en nuestro tiempo no se considera ya a la persona amada "incomparable", sino muy exactamente "igual a todas las demás". En la elección de pareja, todos somos comparados racionalmente en función de datos objetivos (aspecto físico y situación financiera, en suma), lo que paradójicamente consigue hacernos a todos iguales.

De la elección intuitiva que Eva Illouz detecta en los emparejamientos tradicionales hemos transitado a una elección propia de un sujeto consumidor. ¿Qué coche me conviene? ¿Qué persona me encaja? ¿Qué mueble pega con la mesa? "El método racional de la toma de decisiones impide que el sentimiento amoroso se produzca", concluyen las autoras.

Liv Stromquist arranca su libro tomando a Leonardo DiCaprio, y su conocida fijación por las modelos menores de 25 años, como prototipo del amor en nuestro tiempo, al menos con relación a los hombres. Esto es sin duda un error. DiCaprio representa una opción muy realista de lo que haría cualquier hombre si fuera muy rico, muy famoso y muy atractivo, características de las que en rigor no disfruta casi ningún otro hombre en el mundo. La vida amorosa de Leonardo DiCaprio es una deformación grotesca de la vida amorosa real de la mayoría de los hombres, casi un experimento. Si pudieras acostarte con cualquier mujer del mundo, ¿qué harías? "Acostarme únicamente con supermodelos menores de 25 años, una detrás de otra", responderían muchos varones. Esta proyección adolescente es la que encarna de facto el popular actor.

Si volvemos a Instagram y nos fijamos en los *reels*, esos vídeos ultracortos, ratificamos que hay dos ejes principales que fijan las coordenadas de cualquier relación amorosa actual: la presencia física y el éxito. La presencia física de las mujeres y el éxito de los hombres.

Decenas de miles de vídeos nos muestran a chicas proponiéndose sexies, junto a miles de vídeos más de psicólogas, *coachers* o consejeras detallando qué les gusta a los hombres de las mujeres y a las mujeres de los hombres. Y miles y miles de vídeos presentan a millonarios, *influencers* o "personalidades" explicando a los varones las reglas básicas del enriquecimiento instantáneo. Es manifiesta y descarada la valía casi única que se concede a la belleza femenina en un intercambio sentimental, al punto de que debemos reconocer a la tía-buena como catalizador objetivo de la inmensa mayoría de los trazados amorosos en nuestro tiempo.

Después de dedicar algunos días a la interminable sucesión de vídeos cortos de Instagram, y de que el algoritmo comprendiera rápidamente qué tipo de *reels* me interesaban, pude comprobar la desoladora realidad del amor en nuestros días, siempre pivotando en torno al deseo de conseguir una tía-buena como novia.

Así, en estos vídeos abundaba el tutelaje, los datos y los consejos, los trucos y las oportunidades, dando la razón a Eva Illouz en su creencia de que enamorarse hoy no tiene nada de intuitivo, sino que participa de la lógica de la compra de un producto.

Una práctica muy extendida que podemos encontrar en Instagram es la de establecer la valía de una persona con una puntuación dada a su físico, de 1 a 10. Dice un joven que participa en un podcast: "No creo que haya hombres feos. La mayoría de los hombres pueden mejorar con estilo, carisma, ropa… Y, al menos, incluso si eres el más feo del mundo, puedes llegar a ser un 5 o un 6. Si le añades dinero, de pronto eres un 7 o un 8. Todos pueden hacerlo".

En paralelo a la mención de la belleza femenina, la mención del dinero que tiene un hombre es habitual en estos consejos, teorizaciones y testimonios sobre el amor. Un reportero aficionado pregunta en otro *reel* a dos chicas vestidas de fiesta qué buscan en los hombres. Una dice: "Que sea simpático, educado, estable financieramente, que tenga coche…"

Muchos vídeos que me aparecen están protagonizados por Andrew Tate, *influencer* conservador de moda en el mundo anglosajón. En uno de ellos, declara: "Tú vas a Mónaco, ves un yate, ves a un hombre en ese yate, ha trabajado toda su vida, se ha tenido que levantar pronto, lidiar con el estrés. ¿Qué tiene que hacer por su parte una chica para subir a ese yate? Una chica de 19 años, ucraniana. Simplemente enviar un mensaje directo a través de Instagram, y *boom*".

Numerosas usuarias de Instagram reconocen su interés por el dinero de los hombres, como condición para salir con ellos y eventualmente formar una familia. "Los hombres se te acercan a ti si les pareces atractiva, ¿o acaso has visto que se te acerquen por tu buen corazón? Pero tú no vayas a interesarte en su billetera porque te dicen interesada", se queja una mujer. "Yo no salgo con hombres pobres", dice otra chica, "sólo con hombres con dinero. Ay, qué interesada. ¿Tú comes de abrazos, tú te alimentas de besos? Porque yo no. Yo cuando un hombre me interesa le ofrezco mi tiempo, mi cariño, mi presencia, mi amor, mi feminidad". "Mi presencia es lo que yo ofrezco", reitera.

Estos planteamientos llevan a muchas mujeres atractivas a sentir una enorme superioridad en comparación con los hombres. "Los hombres son la cosa más fácil en el mundo entero. Nunca he deseado a un hombre y no lo he conseguido. ¿Tú sabes cuántos hombres me han deseado a mí y nunca me han

tenido?", afirma una joven. "Los hombres son muy simples, son simples", dice el siguiente *reel*, "si ellos dicen sí es sí, si dicen no es no. Si ellos te escriben, es porque te quieren ver. Si ellos no te escriben, es porque no le interesas. No es que están jugando a un juego de manipulación o están complicando las cosas. No. Son simples".

Estas consideraciones a pie de calle sobre hombres y mujeres gozan de una enorme popularidad y no en vano se difunden también en espectáculos cómicos de audiencias millonarias, como los monólogos. Dice Chris Rock en uno de los suyos: "Solo las mujeres, los niños y los perros son amados sin condiciones. Un hombre sólo es amado bajo la condición de que aporte algo. Tíos, cuando conocéis a una nueva chica, ¿qué os preguntan los amigos? *¿Cómo es físicamente?* Chicas, cuando conocéis a un nuevo chico, ¿qué os preguntan las amigas? *¿A qué se dedica?*"

Como vemos, nada ajeno a la prestancia física o al éxito profesional tiene realmente sitio en la batalla de los sexos según la plantea Instagram. El único rasgo de carácter que comparece en estos tutoriales es el constituido por el binomio debilidad/seguridad. Los hombres tienen que mostrarse seguros de sí mismos. En "Tres errores cuando estás con la chica que te gusta" se señala en primer lugar encorvarse. Encorvarse te hace parecen tímido y "ser tímido no es nada sexy". Numerosos vídeos aconsejan fingir desenvoltura, solvencia, seguridad en uno mismo y fortaleza. Hay que ocultar la debilidad, porque a las chicas no les gusta. Esto choca frontalmente con las prédicas feministas sobre los hombres sensibles, que muestran sus verdaderos sentimientos y deconstruyen la virilidad tradicional. En Instagram, donde millones de personas interactúan a diario, no existe este tipo de hombre y se desaconseja convertirse en uno.

A consecuencia de todo lo anterior, el envejecimiento es percibido como motivo muy fundamentado para abandonar a una mujer. Era guapa, y por eso estaba con ella, y ella estaba conmigo por mi dinero; yo sigo teniendo dinero, pero ella ya no es guapa, de modo que me voy con una más joven. El popular consultor e *influencer* Kevin Samuels afirma en un vídeo: "Señoras, os guste o no, no sois divertidas. Sois demasiado pesadas. Las mujeres mayores sois demasiado pesadas. Por eso los hombres se van con las más jóvenes, porque se lo pasan bien con ellas. Decís que estas chicas sólo buscan nuestro dinero, pero las mujeres mayores también buscáis nuestro dinero. Todas las mujeres nos

queréis por nuestro dinero".

Miles de cortes de entrevistas y de podcasts y miles de pequeñas grabaciones caseras de hombres o mujeres mirando a la cámara de su móvil abundan en todos estos conceptos y en muchos otros (*friend zone*: considerar a un hombre sólo amigo, sin posibilidad alguna de convertirse en amante; *body count*: número de personas con las que te has acostado; *dad bod*: cuerpo masculino atractivo propio de un papá que se conserva bien; etcétera), donde siempre se da por hecho que una mujer atractiva dinamiza con su belleza todo el entramado sentimental de un entorno dado.

Sólo encontré una crítica en el propio Instagram a la mujer joven que se exhibe en redes sociales como tía-buena y espera con ello atraer a muchos hombres y, al cabo, elegir al adecuado. Candace Owens, escritora y comentarista también muy conocida en Estados Unidos, y de perfil conservador, dice en una entrevista: "Los hombres no quieren a una chica que va a estar desnuda todo el tiempo y que se va a exhibir ahí fuera para que la vean todos los demás hombres. No tengo que ser un hombre para saber lo que quieren los hombres. ¿Tú crees que eso es libertad? ¿Que tienes que vestir poca ropa, que tienes que desnudarte para ser escuchada? ¿Realmente crees que eso es una forma de libertad? No lo es, es esclavitud, es servidumbre. No tengo que quitarme la ropa para ser escuchada por la sociedad". Y añade: "¿Tú crees que estas mujeres son felices? La mayoría son muy desgraciadas. Mira sus vidas y pregúntate: ¿crees que son felices? ¿Te sientes bien cuando tú haces lo que ellas hacen? ¿Cuando constantemente estás buscando el chute de dopamina en las redes sociales porque te quitas la ropa y quieres que alguien te comente? Pones una foto desesperada[31], con el culo al aire, y quieres que alguien comente: "Oh, nena, has arrasado[32] hoy, has arrasado". ¿Es así, no?"

Pero en cualquier *reel* que venga después continúa el discurso sexual dominante. Un reportero le pregunta a una joven: "¿Qué edad máxima tienen los hombres con los que te citas?". Y ella responde: "Sin dinero, 31 años. Con dinero…, 57".

La cantante Cardi B dice en una entrevista: "Tengo un Lamborghini, un Lamborghini Truck, un Bentley, un Maybach y un Suburban. Cinco coches". Y el entrevistador comenta: "Tienes cinco coches. Pero no tienes carnet. Esta es mi gran pregunta: ¿para qué tienes los coches?" "Para hacerme fotos con ellos".

En un corte de diez segundos de la serie *Friends,* pregunta Ross: "Hey, Joey, ¿son los hombres amables alguna vez con una chica desconocida sin ningún motivo?" Responde Joey: "No, sólo por sexo".

El algoritmo es implacable: una vez que temáticas como sexo, pareja, atractivo y éxito monopolizan los vídeos ultracortos que se me ofrecen, se forma una fila literalmente infinita (cientos de miles de vídeos de no más de 90 segundos) donde el amor se define como lo que sucede entre una tía-buena y un hombre rico, con las consiguientes ligas y divisiones y estamentos inferiores, conformados por todas esas parejas que (según se entiende) no pudieron elegir y a las que sólo les queda *conformarse*.

La aplicación para ligar Tinder guarda mucha relación con estos *reels* de Instagram. A pesar de su especificidad, Tinder no propone una estructuración del amor diferente a Instagram. Muchísimas chicas obedecen en esta *app* a la mirada de los hombres. Una chica abre un perfil y se pregunta: ¿qué valoran ellos? Y se responde: quieren ver si soy guapa, si tengo buenas tetas y cómo es mi culo. Entonces se hace un *selfie* en primer plano, una foto de cuerpo entero y de frente (los pechos), y luego una foto de espaldas, con la cabeza girada hacia la cámara (el culo). Esto es lo que tengo que ofrecer, debe decirse, al publicar todo este material. Esto soy yo.

Así, Tinder también promueve en las mujeres la interpretación de su propio cuerpo como un puzle de piezas sueltas, cada una de las cuales recibirá en el mercado un valor concreto. Algunas chicas acotan estas piezas sueltas de forma brusca: primeros planos de los pechos y del culo, acompañando al primer plano del rostro, lo que suena a: "Dejémonos de tonterías, mira mis tetas, mira mi culo, decídete". Lo obsceno no son los pechos o el trasero, como es obvio, sino esa obligación que cae sobre el pretendiente de mirar sin tapujos lo que normalmente se mira con cierto disimulo y de reconocer que le gusta y de ir a una cita sin otra motivación explícita que el hecho de que la fotografía del culo de ella debió de gustarle. La cita es solo un primer paso en una transacción comercial.

En Tinder, la condición de objeto de consumo del cuerpo de las mujeres es terminal: no se puede crear un escaparate de carne más inescrupuloso que este. Toda la filosofía tía-buena/dinero que desgranan los *reels* de Instagram encuentra en Tinder la edificación de un mercado objetivo. Las mujeres que se exhiben allí son distintas en la medida en que sus cuerpos no son idénticos,

pero, fuera de que una sea más joven que otra, más alta, más guapa, con mejor culo, todo lo demás resulta indiferente. Casi todas dicen hacer escalada y disfrutar de la cerveza. Las posibilidades de distinguirse debido al propio carácter son mínimas, pues apenas están disponibles en la *app* varias decenas de *hobbies* (en forma de *tag* o etiqueta) con los que identificarse y darse a conocer, y la descripción propia es obligadamente corta y casi nadie tiene una particular gracia escribiéndola. Tinder propone simplemente como mercancía a decenas de miles de mujeres a las que les gusta más o menos lo mismo, que hacen más o menos las mismas cosas y de las que puedes esperar un comportamiento análogo. Lo único que las diferencia es quién está más buena.

Numerosos hombres encuentran en Tinder un vicio estrictamente numérico, pues el placer no está en modo alguno en el propio acto sexual culminado, sino en la cifra de mujeres que, gracias a Tinder, han tenido sexo contigo. Igualmente, muchas mujeres parecen disfrutar del hecho de sentirse inusualmente deseadas, pues reciben decenas de *me gustas* ya en los primeros días de actividad en Tinder y también exhiben ante las amigas su propio *body count* o el hecho de disponer al mismo tiempo de dos o tres amantes. Los hombres prueban en Tinder cómo sería ser Leonardo DiCaprio, es decir, la sensación de abundancia; y las mujeres, cómo sería ser Ana de Armas, es decir, el blindaje de la autoestima.

Estos círculos viciosos de satisfacción instantánea hacen más difícil acceder a una relación emocionalmente enriquecedora, relación que, pasados algunos meses o un par de años, acaba siendo lo que cualquier usuario de estas aplicaciones desea realmente.

Como analiza Jimina Sabadú en su libro *La conquista de Tinder*, la *app* necesita, en tanto negocio, que las interacciones de los usuarios no cesen nunca; es decir, el amor serial. El éxito para un usuario es exactamente el contrario: conseguir darse de baja[33].

3·

La penosa visión que he dibujado más arriba sobre el amor en nuestros días hace necesaria una humilde vuelta al origen. Escribiendo sobre Instagram o Tinder, parece uno decir que está por encima de sus dinámicas eróticas, que son los jóvenes los que han perdido el norte sentimental, incluso que la obsesión por el físico de las mujeres guarda relación con la pobreza cultural de

unos hombres rudos y simples que, en el marco social que les es propio, buscan un enriquecimiento que les permita acceder a un catálogo de bienes de lujo dentro de los cuales la novia o esposa despampanante no supone sino otro más.

Como planteé en las primeras páginas de este libro, yo mismo soy su objeto de estudio, y pocas cosas han monopolizado mi mente a lo largo de décadas como la belleza de las mujeres. No deja de ser curioso que precisamente después de tantos meses buscando los efectos sociales y los campos de acción de las tías-buenas haya acabado sintiendo por ellas menos interés o atracción que nunca antes en mi vida.

Sin embargo, no me permito mirar con desdén a un hombre que elige a su novia únicamente porque es la chica más guapa de su ámbito social. El gran misterio sobre el capital erótico femenino se blinda cuando ni los hombres más cultos y sabios del mundo ni las mujeres más eruditas y combativas son capaces de inhibirse ante el poder de la belleza ajena o propia. En rigor, lo que hace un veinteañero millonario y sin la menor pátina cultural buscando una novia de cuerpo cincelado en el gimnasio no es tan diferente de lo que hizo Arthur Miller casándose con Marilyn Monroe, o del emparejamiento de Salman Rushdie con Padma Lakshmi, modelo y presentadora de televisión veintitrés años más joven que él, por poner solo dos ejemplos de los cientos que podemos encontrar donde un hombre mayor y profesionalmente prestigioso en un campo cultural se empareja con una chica bonita a la que saca varias décadas. "La belleza convence", escribe Anne Carson. La belleza subyuga toda clase de inteligencias y filosofías, desde las casi inexistentes a las muy trabajadas y principales.

Hay un caudal biológico innegable que justifica el poder de la mujer espléndida, pero hay también algo mítico, cultural, *trascendente*, que pone el propio observador de su parte cuando mira y desea. Es el arrobamiento ante lo inalcanzable y, sin embargo, tan cercano.

En esa dirección apunta Camille Paglia cuando escribe: "La belleza es un valor humano eterno, no un truco inventado por un corrillo de publicistas siniestros en una habitación de Madison Avenue".

Patrícia Soley-Beltran afirma en *¡Divinas!* que es un mito que las supermodelos se emparejen todas con millonarios, pero no creo que, aparte de ella, nadie más tenga esa impresión. "Estadísticamente irrisorio", dice sobre la

abundancia de este vínculo. Lo cierto es que cuando uno ve a un hombre de éxito cuya pareja es una mujer sin atractivo siente una incómoda decepción.

El emparejamiento sustentado exclusivamente en la prestancia física del otro (en este caso, de la mujer) resulta conflictivo de interpretar. Si, como dice también Anne Carson, "la belleza es la que hace posible el sexo", y el sexo es aquello que contiene una relación de pareja que no contiene otro tipo de relación entre hombres y mujeres (amistad, padre-hija, jefa-empleado), y llamamos amor a las relaciones de pareja, podríamos concluir que cuanto más guapa es una mujer más amor hay en una relación con ella, así como que una mujer sin el menor atractivo físico está invalidada para el amor. Conclusiones ambas que, sin duda, son exactamente las que se desprenden de los *reels* de Instagram, y de Tinder y de TikTok.

No se me escapa que estas plataformas y redes sociales son frecuentadas sobre todo por gente joven, a menudo adolescente, y que las propias consideraciones hechas más arriba tienen un halo juvenil y tentativo. Sin embargo, lo cierto es que, llegados a los 50 años, las dudas, conflictos y timonazos sentimentales que la vida presenta respecto a la belleza podría decirse que han cambiado muy poco en comparación con los quince años. Las mujeres de cincuenta, sesenta y hasta setenta años siguen siendo competitivamente coquetas; los hombres de esas edades siguen tentados por cualquier mujer diez o veinte años más joven que su esposa o novia. Familias y matrimonios se rompen expresamente porque el padre de familia se marcha con una *jovencita*, cuyo único valor para provocar esta debacle doméstica es justamente su juventud.

A finales del siglo XIX, Stendhal no fue muy piadoso al aventurar en su libro *Del amor* una etiología de la elección amorosa: "La inmensa mayoría de los hombres, sobre todo en Francia, desea y tiene una mujer de moda, como se posee un hermoso caballo, como una cosa necesaria al lujo del mancebo".

Así, el gran misterio relacionado con las tías-buenas es por qué su sola presencia basta para reducir a cenizas una vida, mover voluntades, determinar elecciones de todo tipo o vender cualquier clase de producto. Es el misterio de una simpleza: la mujer hermosa paraliza a los hombres, desprende un magnetismo casi feérico, simboliza todas las cosas buenas. Si para Eva Illouz la multiplicación de las opciones en nuestro tiempo tecnológico destruye el propio sentimiento amoroso, he llegado a preguntarme si la obsesión y

preeminencia de la tía-buena en el campo aspiracional amatorio de los hombres no tiene como consecuencia una destrucción similar. Si los hombres no ven nada más allá del cuerpo incitante de su novia o posible novia, ni nada más allá de la envidia y aura de éxito que esa mujer muy deseada despertará en otros hombres, entonces quizá podemos resumir sus inclinaciones sentimentales en un paradójico no-ver. Mayoritariamente y durante un largo periodo de su vida, la forma de amar de los hombres consiste en no-ver. Su mirada se detiene en el cuerpo y en el instante de ese cuerpo; no existe fondo ni futuro.

Así las cosas, todo es promisorio. La propia elección o emparejamiento firme complace como el hecho de cruzar una meta o conseguir un premio gordo de la lotería: ya nada puede arrebatártelo. Cuando el futbolista Thibaut Courtois afirma que su novia supermodelo Mishel Gerzig es "el amor de su vida", no pensamos en que ha encontrado a la persona más afín a su carácter o más conveniente para su desarrollo personal y el buen curso de sus proyectos venideros; pensamos que ha encontrado "a la supermodelo de su vida". Es la propia belleza de la novia la que da sentido a la expresión "el amor de mi vida", pues esa belleza es amor en sí mismo, que ahora camina de la mano del famoso portero de fútbol en las fotos que cuelga en Instagram. ¿Cómo no va a ser esta chica tan guapa el amor de mi vida, si lo sería también de la tuya?, viene a decirnos el deportista.

Stendhal cierra el debate sobre estas sensaciones cuando afirma: "La belleza no es otra cosa que una promesa de felicidad". La frase se me antoja lo más exacto que puede decirse sobre la obsesión masculina por las chicas jóvenes y guapas. Cualquier hombre paladea la verdad que habita en esa afirmación simple y directa del autor de *Rojo y negro*: "La belleza es promesa de felicidad".

Recuerdo aún cómo en la universidad una chica de mi misma clase me parecía tan guapa que, en una ocasión, mirándola, casi me puse a llorar. Ella era la felicidad, y estaba a dos metros de mí; no me cabía ni la menor duda de que ella daría a mi vida toda la felicidad posible, aunque nunca hubiéramos cruzado una palabra y, por tanto, yo no supiera absolutamente nada sobre ella. Así funciona.

Justo en aquellos años leía las novelas de Ray Loriga, que era pareja de una de las mujeres más guapas de España, Christina Rosenvinge. "Bebíamos cerveza y le pedíamos a Dios una chica bonita", escribe en *Héroes*. La frase me

apelaba con una pureza incomparable. Le pedíamos a Dios una chica bonita, sí; todos. También, por aquel tiempo, sonaba *Creep* en la mayoría de los bares. La canción de Radiohead era sin duda la canción de la chica bonita: "Antes, cuando estabas aquí, no he podido ni mirarte a los ojos. Eres como un ángel, tu piel me hace llorar (…) Ojalá yo fuera especial, tú eres tan jodidamente especial. Pero yo soy un gusano, yo soy raro. (…) Quiero tener un cuerpo perfecto, quiero tener un alma perfecta, que me notes cuando estoy cerca de ti. Pero yo soy un gusano".

Un año después, era *Mr. Jones* la canción incesante. Había muchas chicas bonitas en ella y muy pocas posibilidades de que te hicieran caso. "De repente ella es preciosa, y todos queremos algo precioso. Tío, ojalá yo fuera precioso". En el *hit* de Counting Crows empieza a asomar la necesidad de ser famoso para conseguir el amor deseado. Ser Picasso no estaría mal, intuimos; "quiero ser Bob Dylan", se nos dice luego abiertamente. Y, al final: "Todos queremos ser grandes estrellas (de la música)".

Los hombres normales asumen que el éxito hace más probable el emparejamiento con mujeres muy atractivas, con las que apenas se arriesgan si no cuentan con ese aval social y económico. Lo dijo sin paños calientes el deportista italiano Giorgio Chiellini: "Soy más feo que el hambre. Para mí ligar sin ser futbolista habría sido imposible".

La literatura misma se considera un agitador de la vida amorosa. John Updike afirmó que ser escritor te volvía súbitamente más atractivo para una importante cantidad de mujeres ("es un afrodisíaco"). La paradoja aquí es que todos los hombres, guapos o feos, parecen querer una chica bonita, pero los feos esperan que las chicas bonitas puedan decantarse por ellos por motivos distintos al físico. Así, se exige a las mujeres que sean guapas y también que abran la puerta a la posibilidad de que su pareja masculina no lo sea. Muy pocos de nosotros, pudiendo estar con una tía-buena, nos decantaríamos por una chica sin el menor atractivo físico debido a que esa chica es, sin embargo, deportista de élite o escritora mundialmente famosa; o, básicamente, una buena persona. Pero esperamos que las chicas guapas sí lo hagan.

Un caso paradigmático lo encontramos en la relación de Serge Gainsbourg con Jane Birkin. Él era feísimo y un genio de la composición musical; ella, una actriz muy guapa y dieciocho años más joven que él, pero muy lejos del estrellato profesional. A simple vista, sería un caso más de hombre mayor de

gran prestigio y solvencia financiera cuya mujer se caracteriza, principalmente, por ser joven y fotogénica.

Sin embargo, dentro del patrón relacional al que sin duda pertenecen, la pareja Birkin-Gainsbourg diríamos que representan la versión ideal, incluso *acertada*.

Cuando estrenaron la película *Cannabis* (1970), les hicieron una entrevista conjunta. La pieza, conservada en formato audiovisual, está editada de tal manera que sólo vemos y escuchamos las declaraciones de los actores[34]. Después de un casi protocolario minuto donde en efecto hablan de su trabajo en el filme, las declaraciones de ambos se centran en un único asunto: la fealdad de Gainsbourg. Toda la entrevista gira en torno a una pregunta: ¿por qué una chica tan guapa elige a un hombre tan feo?

La cuestión no se explicita. No sólo porque el vídeo elide las intervenciones del entrevistador, sino porque seguramente el entrevistador no necesitó hacerla. Es una pregunta que, como suele decirse, está en el aire. Todo hombre feo se siente afortunado si su novia es muy guapa, y la duda de por qué ha sido elegido le acompaña siempre, así como la evidencia del desequilibrio entre sus respectivos capitales eróticos. En la película *Annette* (2021), el monologuista interpretado por Adam Driver, que acaba de ennoviarse con la bella cantante de ópera a la que da vida Marion Cotillard, declara ante su público: "¿Es una blasfemia? ¿Por qué? ¿Es demasiado perfecta? ¿Y yo soy una sabandija asquerosa? Sí, es verdad. (…) Lo que veo en ella, es obvio. Lo que ella ve en mí… Es inexplicable".

Birkin, por su parte, apenas da importancia en su atracción por Gainsbourg a la fealdad del cantante. Habla de su físico con enorme tacto e inteligencia. "La primera vez que lo vi no fue realmente su cara sino su forma de ser lo que encontré… horrible". Él, sin embargo, no tiene piedad consigo mismo: "Cuando estoy deprimido me veo repugnante, repugnante por completo". Y añade: "Al mirarse en el espejo algunos ven el reflejo del cielo, yo veo las miasmas de los pantanos".

Para Birkin es una ventaja que todo el mundo encuentre espantoso a su novio, pues así nunca sabrán que detrás de su repelente aspecto hay una persona "adorable". "No quiero que los demás lo sepan", dice. Jane compara a Serge con un loro que tenía de niña, que mordía a todos a su alrededor menos a ella. El loro sólo era amable con la niña, igual que Gainsbourg sólo es

adorable en presencia de su mujer. “Comprendí que su agresividad se debía a su timidez”, explica Birkin.

Elisa Gabbert apunta iluminadoramente en *Modos de mirar*[35] que saberse observada con delectación tiene efectos más allá del mero hecho de sentirse halagada o asqueada por la atención que se recibe de un hombre. “Ser deseada se convierte en deseo”, escribe. Es decir, bajo determinados supuestos, saber que gustas hace que aquel al que gustas pueda de hecho *empezar* a gustarte. “De repente, me hago consciente de mi cuerpo, hiperconsciente, pornografiada. Por supuesto, la mirada a menudo no es deseada; no tienes la posibilidad de elegir. Pero aterra ver lo fina que es esa línea, ver cómo el poder [de atraer] puede hacerte dudar de lo que quieres”.

Obviamente ninguna mujer afirmaría de primeras que quiere a su lado a un hombre muy feo; pero no puede asegurar que no acabará con uno, precisamente porque la fealdad masculina no parece tener para el sexo contrario la letalidad relacional de la femenina.

Gainsbourg muestra haber pensado en esto mismo cuando afirma en la entrevista que de joven soñaba con ser tan guapo como Robert Taylor, pero que envejeciendo se ha dado cuenta de que ser Robert Taylor, un tipo guapo sin más, “no es muy interesante”. De hecho, nombra a otro actor realmente feo, Michel Simon, y reconoce que a sus ochenta años el intérprete le resulta muy atractivo.

A partir de cierta edad, los hombres pueden ganar en atractivo gracias a algo forjado durante décadas: un carácter. Un carácter magnético, coherente o luminoso genera de pronto interés entre las mujeres jóvenes, circunstancia que no suele desaprovechar ningún varón. Esto, lejos de ser una bendición, multiplica las elecciones equivocadas. Son las elecciones equivocadas las que abundan alrededor del propio concepto de tía-buena.

Así, varias amigas muy guapas coincidieron en hablarme de *elegir mal* cuando estaban en la veintena. Como eran jóvenes y deseables, uno diría que lo tenían todo, pero ese “poder de atraer” casi nunca dio en nada bueno, según me confiesan, debido a la inexperiencia y a la mala, pésima a veces, elección. El argumento de la película *Pure* (Lisa Langseth, 2010), donde una joven muy bella interpretada por Alicia Vikander se enamora de un director de orquesta tiránico, que la usa a su antojo para acabar despreciándola, sería un ejemplo de esta mala elección propia de las novatas de la belleza.

Una hipótesis que se me ha insinuado en estos meses es que las adolescentes no se diferencian en sus anhelos amorosos de los adolescentes, pues ambos sueñan con un compañero o compañera popular y atractivo; sin embargo, las chicas convertidas en mujeres se deshacen pronto de esa exigencia básica (que sea guapo), mientras que los hombres la arrastran, en casi todos los casos, hasta el fin de sus días. "Ningún hombre es verdaderamente libre para amar a una mujer gorda", escribió Simone de Beauvoir.

Esta *necesidad* de que la compañera femenina sea lo más atractiva posible da lugar a dos equivocaciones masculinas típicas, dos modos de infelicidad en pareja que uno ve casi a diario.

Un modo de ser infeliz es el propio de ese hombre que ha conseguido a la tía-buena, y su vida más o menos parece encauzada triunfalmente y recibe dosis regulares de reconocimiento social. Que íntimamente su vida en común sea desastrosa, poco comunicativa, incluso ya directamente asexual, se ve compensado por la envidia que una mujer muy guapa despierta en los demás hombres, y por el capital social que sigue produciendo el vínculo, más allá de las insatisfacciones domésticas.

"Ella sabe perfectamente por qué ha sido elegida", apunta Naomi Wolf sobre estas relaciones basadas en el empeño de un hombre por tener a su lado a una mujer despampanante. Muchos de los clichés contra las mujeres, las esposas o "el género femenino" parten de este conflicto seminal: elegir novia al peso, porque es supermodelo o la más guapa de la cuadrilla o la más guapa del pueblo; y dejarse elegir (ellas) por eso mismo. La llegada de los hijos y las arrugas y el sobrepeso dinamita lo que parecía una pareja razonable. Los años la aniquilan. En realidad, nunca hubo una pareja, esto es, un proyecto, sino sólo cierta inclinación por los beneficios instantáneos de una vida de escaparate.

De este tipo de relación de mercado surgen, como digo, nociones reduccionistas para ambos sexos, como la de considerar a las mujeres adictas irremediables a las compras y al maquillaje, a las que hay que contentar trabajando sin descanso. O la de entender que los hombres prefieren ver el fútbol con sus amigos o dedicar las horas libres a su coche, mucho antes que estar con su novia. En realidad, esto tiene todo el sentido si consideramos que esa pareja está conformada por dos personas que no tienen nada en común, salvando el hecho de haber cometido el mismo error.

Sin embargo, la opción diríamos que contraria tampoco está exenta de complicaciones. Un hombre que sale o mantiene una relación o se casa y tiene hijos con una mujer que él no considere atractiva puede estar toda la vida pensando que no eligió a su mujer, sino que *acabó con ella,* y que nunca hubiera acabado con ella si alguna chica más guapa le hubiera hecho caso. Es un modo de no-ver distinto: este hombre no ve que la vida no le ha dado la mujer que deseaba, pero sí la que le convenía. Su larga relación con esta chica del montón podrá abundar en intereses comunes, conversación, humor y quizá sexo estupendo, algo que seguramente no tendría si, a la manera de un DiCaprio, hubiera podido elegir a su antojo. Pero este hombre nunca apreciará todas estas ventajas porque siempre arrastrará el pesar de que su novia no fuera esa chica guapa que le gustaba.

4.

Hace muchos años, salí en efecto con una tía-buena. No con una chica más o menos guapa, más o menos sexy o más o menos inalcanzable, sino con una mujer cuya vida giraba única y exclusivamente alrededor del hecho de ser mirada. Fue curioso salir con una mujer llamativa. Los quince días justos que duró la relación fueron curiosos, sí.

El origen de este noviazgo fugaz nos devuelve a Updike. Sucedió en la presentación de un libro mío. Amanda (nombre supuesto) me entró, como suele decirse, mientras se servía y degustaba un vino. El hombre tímido y poco acostumbrado a estas fortunas que yo era (hay incluso fotos del momento) se sintió abrumado y tonto, y fue siendo poco a poco arrinconado contra una pared por el empuje coqueto de su, digamos, fan. La fan, la lectora, le acariciaba la barbilla en algunos giros de la conversación al escritor, que no sabía qué pasaba. Luego, ella le puso en la mano un papel con un número de teléfono, al que el escritor nunca llamó.

Nunca en mi vida he llamado a una chica por teléfono; no a una que apenas conozco.

El destino, como en la canción de Mecano, volvió a juntar a Amanda con el escritor, y ella le explicó a él que son los hombres los que tienen que llamar, principio amoroso incluido en un muy largo y exhaustivo manual de acciones y gestos obligatorios para los hombres, según entendía Amanda el cortejo y la pareja. Los hombres son los que tienen que llamar. Así que el escritor llamó, al

cabo.

Ya pareja, el escritor primerizo comprobó desde muy cerca cómo era eso de ser mirada. Desde su posición consorte, sufrió bastante. Los hombres miraban a Amanda, que además hacía todo lo posible por que esto sucediera (al entrar en un restaurante, mantenía la cabeza alta, parándose de vez en cuando para dar tiempo a que se fijaran en ella), pero también lo miraban a él. Miraban a Amanda porque era llamativa y miraban al escritor porque no era nada del otro mundo, ni siquiera un escritor famoso. Así, la mirada sobre ella era de deseo, paladeo o contemplación placentera; la mirada sobre él era de crítica, juicio, extrañamiento y desconcierto.

Al escritor no le importaba mucho que miraran a su novia, pero le molestaba sin duda ser objeto de observación, y como una cosa iba aparejada a la otra, al final no podía soportar las miradas de todos los hombres sobre su novia, porque esas miradas acababan siempre en él, el tipejo-ese que sale con la tía-buena.

La tía-buena inspiraba al escritor comportamientos anómalos, esto es, nunca antes realizados. Comprarle ropa, por ejemplo. El escritor le compraba ropa, y además cara y estrafalaria, de forma no premeditada ni consciente, sino como algo que debía hacerse, que no se sabe por qué debía hacerse (¿el manual?) Ella se alegraba mucho cuando el novio le compraba toda esa ropa sin pensarlo dos veces, en tiendas con escaparates deslumbrantes.

También pagaba él todo, sin saber nuevamente por qué lo hacía. Comidas, copas, taxis.

A veces, la visitaba en su trabajo, que era un trabajo de cara al público, y veía cómo cada diez o quince minutos, durante varias horas, un hombre (siempre le parecía además un hombre o un chico infinitamente más guapo que él) invitaba a su novia a cenar mañana, a comer mañana, a comer el sábado, a cenar esa misma noche, cuando saliera de trabajar. Esto era curioso de vivir: contemplar la larga fila de hombres que quieren quitarte a tu novia; contemplar la costumbre del rechazo y de la negativa con la que cargaba Amanda.

Una vez, ella le dijo: "Acostarse con una tía-buena es más difícil que con una chica normal". Esto no quería decir que fuera más difícil conseguir una tía-buena, sino que el acto sexual en sí era más difícil de ejecutar adecuadamente si la mujer era una tía-buena que si era una chica del montón,

según ella. El escritor nunca entendió esta idea.

Otra vez, después de leer el primer libro del escritor, donde él se retrataba como un pobre estudiante de pueblo en la gran ciudad, sin amigos ni, por supuesto, amigas de ningún tipo, le dijo: "Y mírate ahora". O sea, ahora estás conmigo cuando hace años eras un pobre estudiante llegado del pueblo sin amigas de ningún tipo.

Amanda esperaba grandes poesías del escritor, dado que era escritor. Como la poesía, la frase bonita, el piropo o la ternura verbal no llegaban, ella le dijo: "No me dices nada que no me pueda decir un albañil".

Esto dolió mucho al escritor. No por el amor, sino por la literatura. Pero no fue capaz de decirle nada en quince días que no le pudiera decir igualmente un trabajador de la construcción.

Pasada una semana, el escritor notó algo extraño. Amanda, sí, era una tía-buena profesional, con pujos artísticos, adicta a ser mirada y, como tal, creadora de una máscara de sí misma, de un personaje, podríamos decir. Sin embargo, en casa, a puerta cerrada, solos los dos, el personaje no cedía, seguía allí delante, no había un momento en que la máscara cayera, se colgara de un gancho, surgiera una persona que sabe que es un personaje cuando otros la miran, porque así se conseguía el triunfo de la artista de variedades que ella aspiraba a ser. No. Siempre Amanda era su propio personaje, y no podía atravesarse la máscara ni reírse de la máscara, ni comentar que era una máscara lo que llevaba ella. Era una tía-buena que no pensaba que estaba haciendo de tía-buena, sino una tía-buena devorándose a sí misma, incluso en la intimidad.

Por aquellos días, el escritor, sin que esto fuera ni siquiera habitual en él (aunque parece anticipar veinte años antes un libro llamado *Tía buena*), tenía en su ordenador como fondo de pantalla una foto de Ellen von Unwerth, seguramente una de esas tan bárbaras y eróticas donde la modelo es Claudia Schiffer. Cuando Amanda vio el fondo de pantalla, preguntó: ¿por qué tienes ese fondo de pantalla, para hacerte pajas? A Amanda le enfadó mucho que su novio tuviera como fondo de pantalla una tía-buena, Claudia Schiffer, cuando ella era la tía-buena de la casa, de su vida, de los fondos de pantalla de su vida.

Rompieron por SMS. El escritor sintió un alivio enorme. Fue tan enorme que se lo tuvo que contar a una amiga también por SMS, "todo bien", diría, "ya no estamos juntos y mejor así", SMS que envió de hecho a la propia Amanda, como pasa tantas veces, que la persona de la que se habla en un

mensaje acaba recibiendo el mensaje por un peculiar lapsus mental que confunde contenido con destinatario. Amanda no contestó al SMS que no iba dirigido a ella y sí sobre ella.

Ya escribiendo *Tía buena*, nuestro autor puso un día la televisión y creyó reconocer a Amanda entre los participantes de un concurso de supervivencia.

5·

En el relato del escritor de ciencia ficción Ted Chiang titulado "¿Te gusta lo que ves? (Documental)"[36] se describe una sociedad que va camino de desentenderse de la belleza. Simplemente, la belleza física dejará de percibirse, nadie será más guapo ni más feo que otro gracias a la calianogsia, un inhibidor de los juicios inmediatos sobre el atractivo físico de los demás que ya se está probando con los jóvenes estudiantes de algunos centros educativos, universidades y colegios. "La caliagnosia es una especie de madurez asistida. Te permite hacer lo que sabes que deberías hacer: ignorar la superficie, y mirar más profundamente".

La narración, que viene encabezada por la cita de Stendhal ("La belleza es promesa de felicidad"), se presenta como un coro de voces que debate sobre la conveniencia mayor o menor de "desconocer la belleza" (en griego: *kalos*, belleza; *agnosis*, desconocimiento), en aras de una sociedad menos conflictiva y desigual. La gente guapa parte con demasiada ventaja, como sabemos. La caloagnosis subsanaría este desequilibrio, siendo un corrector de gran efectividad de lo que Byung-Chul Han denomina "calocracia", el poder excesivo de las personas atractivas.

Además, si ninguna mujer fuera más guapa que otra (porque nadie sería capaz de apreciar grados de belleza en los rostros y los cuerpos), todas las niñas podrían cultivar su mente y emprender caminos profesionales ajenos al deseo que despiertan en los demás. Ese deseo, en circunstancias normales, define en cierta medida qué tipo de trabajo acaban desempeñando.

Los perjudicados por la caloagnosia serían en primer lugar todos los negocios que giran en torno al capitalismo escópico, como la industria cosmética o la cirugía plástica. Sin embargo, es posible que la falta de un atractivo irresistible en los demás abocara a una sociedad sin sexo, sin pasión siquiera, anestesiada carnalmente. En este sentido, algunos personajes de la narración consideran que se daría aquí una oportunidad para el amor más

puro, no exento de erotismo, pero derivado del carácter y personalidad del otro, no casi exclusivamente de la hermosura de su cuerpo.

Ted Chiang reúne en su relato diversas corrientes teóricas sobre la belleza física, a menudo enfrentadas. Naomi Wolf suscribiría todas las expectativas de lograr al fin un amor *intelectual*. "Cuando hombres y mujeres se observen mutuamente más allá del mito de la belleza, habrá mayor erotismo", escribió. Camile Paglia (citada casi literalmente en el relato bajo el nombre de Daniel Taglia) acusa a la corrección política y al feminismo de degradar la belleza del cuerpo de las mujeres, pues la belleza masculina, representada idealmente en los atletas en competición deportiva, despierta sana admiración y encantamiento. "¿Por qué no podemos sentir lo mismo por la belleza [femenina]?"

"No podemos evitar pensar que la gente guapa es más competente, más honrada y más meritoria que los demás", dice un personaje de Ted Chiang. Es lógico, por tanto, que todo el mundo trate de ser lo más atractivo posible. Así, en rigor, la belleza natural casi no existe, pues ha sido hipertrofiada por el abuso del maquillaje, la manipulación digital o la cirugía estética. La belleza alcanza entonces "un nivel farmacológico, la cocaína del buen aspecto", al punto de que "nuestros receptores de belleza reciben más estimulación de la que están preparados para soportar; obtienen más en un solo día que todo lo que recibieron nuestros antepasados en toda su vida. Y el resultado es que la belleza está arruinando poco a poco nuestras vidas"[37].

¿Arruinan las tías-buenas nuestras vidas y hasta las suyas propias?

"¿Te gusta lo que ves? (Documental)" encuentra una réplica a tamaño natural en la sociedad japonesa. Cuando visitaba Tokio, en los años en los que viví en provincias en aquel país, me sorprendía la belleza de las mujeres que veía por la calle, así como su esmero diario en lucir impecables y sexies. Nunca en mi vida había visto tantos bolsos de Louis Vuitton juntos, tanta ropa cara, tanto maquillaje y tanta delgadez. El erotismo de la tokiota me parecía incluso exagerado, pero había algo más que me impactaba: los japoneses no miraban a estas chicas. No miraban ni a las oficinistas ni a las colegialas en minifalda ni a las jóvenes de estilos originales y provocadores (*gyaru*). Después de muchas horas acumuladas en Tokio tras varias visitas, me hacía gracia pensar que las mujeres que vivían en la ciudad estaban empeñadas en resquebrajar la indiferencia de los hombres, en conseguir ser miradas alguna vez, de modo

que cada día salían a la calle con ese reto en mente, inquietar aunque fuera sólo un poco a un hombre japonés. Y nunca lo conseguían. Sólo los turistas, los europeos, los hombres de otras culturas seguían con la mirada a una mujer cuando pasaba por la acera.

Así, la sociedad nipona, según yo la conocí, sería una suerte de test real de la caloagnosis, fundamentada no en una tecnología, sino en costumbres de recato y contención. Los hombres no miran a las mujeres porque es de mal gusto. Las mujeres no por ello dejan de arreglarse como en cualquier parte del mundo, según lo que se considera sexualmente atractivo para ellos.

Sin embargo, este juego tenso y equilibrado, esta batalla de los sexos detenida y hasta congelada, no resultaba inocua. En Tokio había vagones únicamente para mujeres, en previsión de todos esos hombres marginales que aprovechaban las apreturas del transporte público para toquetear a las pasajeras. La industria del porno en Japón era de las mayores del mundo, así como todo tipo de filias, parafilias y servicios eróticos a menudo delirantes. Asimismo, según las encuestas sobre prácticas sexuales, Japón es el país del mundo donde menos sexo se tiene, lo que repercute en la baja natalidad. Esta asexualidad o "síndrome de abstinencia" crece año a año.

La belleza ignorada, así fuera por un inhibidor tecnológico de implantación voluntaria, puede erradicar algunas obsesiones e injusticias, pero sin duda daría lugar a nuevos problemas, quizá más graves en su condición enfermiza o monstruosa; en todo caso, siempre antinatural. En su famosa canción *El estuche*, el grupo colombiano Aterciopelados cantaba: "Busca la esencia, no las apariencias", alineándose con los enemigos del cuerpo como exclusivo detonante amoroso, como único estímulo. Sin embargo, todo lo que no es cuerpo no deja de ser a su vez problemático. El cuerpo, de hecho, es el menos complejo de todos los atavíos de nuestra personalidad, pues, como dijo Max Frisch, "los cuerpos son honrados".

Disponer de algo que decir, de una inteligencia muy desarrollada o de una referencialidad cultural apabullante, no tiene por qué fraguar en un amor más *honesto* que el que se provocan dos cuerpos al instante. De hecho, es muy poco probable que esto llegara a ser así.

En una escena de *Annie Hall*, Alvy Singer (Woody Allen) intercepta a una pareja atractiva por la calle. El hombre y la mujer parecen muy felices en su relación, y Alvy Singer les pregunta a bocajarro por qué. La mujer se lo

explica: “Soy muy superficial y vacía y no tengo ideas ni nada interesante que decir”. “Y yo soy exactamente igual”, completa su novio.

Quizá nadie sabe lo que es el amor.

Madrid, junio de 2021-enero de 2023

“Sócrates estaba, como de costumbre, de buen humor. Al entrar encontró a mi madre medio desnuda. (...)

-Amigos, ¿quién debe estar agradecido a quién?, ¿nosotros, que gozamos de la belleza de Teodoti, o Teodoti que nos la muestra?”

Timandra, Theodor Kallifatides

Nota del autor

Numerosos libros me han ayudado a avanzar en esta investigación sobre el eco que produce el capital erótico femenino en la mirada de los hombres, entre los que destacan (por orden cronológico) los siguientes: *Del amor* (1822), de Stendhal; *Sonata a Kreutzer* (1889), de Lev Tolstoi; *El desnudo* (1956), de Kenneth Clark; *El erotismo* (1957), de Georges Bataille; *La sociedad de consumo* (1970), de Jean Baudrillard; *Modos de ver* (1972), de John Berger; *La enfermedad y sus metáforas* (1978), de Susan Sontag; *La hijas de Lilith* (1990), de Erika Bornay; *El mito de la belleza (*1990*),* de Naomi Wolf; *La transformación de la intimidad* (1992), de Anthony Giddens; *La dominación masculina* (1998), de Pierre Bourdieu; *La historia de tu vida* (1998), de Ted Chiang; *El cuerpo y la moda* (2000), de Joane Entwistle; *Prefiero ser mujer* (2006), de Esther Tusquets; *Las arquitecturas del deseo* (2007), de José Antonio Marina; *La mercantilización de la vida íntima* (2008), de Arlie Russell Hochschild; *Capital erótico* (2011), de Katherine Hakim; *Belleza fatal* (2012), de Mona Chollet; *Reflejos en el ojo de un hombre* (2012), de Nancy Huston; *La agonía de Eros* (2012), *La salvación de lo bello* (2015), de Byung-Chul Han; *¡Divinas!* (2015), de Patrícia Soley-Beltran; *El fin del amor* (2018), de Eva Illouz; *Feminismo: pasado y presente* (2018), de Camille Paglia; *El capital sexual en la modernidad tardía* (2020), de Eva Illouz y Dana Eva Kaplan; *Vírgenes, esposas, amantes y putas* (2021), de Amarna Miller; *No siento nada* (2021), de Liv Strömquist; *La conquista de Tinder* (2022), de Jimina Sabadú; *La palabra bonita* (2022), de Elisa Gabbert.

Descubrí algunos de estos libros gracias a las recomendaciones de diversas amigas y conocidas, como Elisabeth Falomir, Mercedes Cebrián y Lorena G. Maldonado; otras personas me dieron ánimos durante el largo y no siempre apacible proceso de confección de *Tía buena*, como Sara Martín, Marta Medina, Enrique Lavigne y Víctor Lenore.

Este libro no sería el mismo sin los iluminadores testimonios de decenas de mujeres que atendieron mis preguntas sobre su experiencia íntima con el propio cuerpo, la vejez y el deseo masculino. A todas ellas, gracias.

Notas

1. Cómo me acabé Tinder en una semana", 1*l confidencial*, 14-07-2021.
2. Consulté a la Fundéu sobre este asunto. Su respuesta: "Sentimos mucho no poder ayudarlo en el origen de la expresión, pero el servicio de consultas de la FundéuRAE se centra en la resolución de dudas puntuales, prácticas y concretas en el uso actual de la lengua española, enfocado principalmente a los medios de comunicación..
3. Curiosamente la muñeca Barbie se creó casi al mismo tiempo, en 1959.
4. La celulitis fue descubierta en 1924 por el francés Louis Alquier,y denominada técnicamente lipodistrofia y "piel de naranja" en el habla popular. Ya entonces se especulaba con enfermedades que pudieran explicar esta inflamación celular, desde la gripe a la artritis pasando por el simple sobrepeso. En los años treinta en Francia hubo cierta obsesión con esta particularidad corporal coincidiendo con la moda de la falda corta. También parece que los balnearios y centros de belleza europeos de los años veinte incluían el término entre los problemas que eran capaces de solucionar. Según la Wikipedia en inglés, *Vogue* introdujo la palabra en el ámbito anglosajón "a finales de los años 60".
5. La conferencia del MIT: crisis en las universidades americanas" (1991), dentro del volumen *Feminismo pasado y presente*.
6. *loMo*, 2021.
7. La explosiva objeción de Nina Power aparece también en *La mercantilización de la vida íntima,* de Arlie Russell Hochschild. Del mismo modo que, para Max Weber, el protestantismo había escapado de "las celdas monásticas" para convertirse en el "espíritu del capitalismo", Hochschild afirma que "también el feminismo puede estar escapando de la celda del movimiento social para apuntalar un espíritu mercantil de la vida íntima que en sus orígenes estaba separado de él y le era indudablemente ajeno..
8. *El trap: filosofía millennial para la crisis en España*, Ernesto Castro, 2019.
9. El guionista, del que se dice que escribió *Instinto básico* en 10 días, cobró 3 millones de dólares.
10. *La belleza de vivir dos veces*, 2021.
11. *La agonía de Eros*, 2012
12. *El fin del amor: una sociología de las relaciones negativas*, 2018.
13. También se las conoce como Áglae, Eufrósine y Talía.
14. Lo que me recuerda un chiste del cómico Dani Alés: "La terapia es la cirugía estética de los pobres".
15. Sobre maquillaje y despersonalización tuiteó la escritora Anna Pacheco el 27 de mayo de 2022: "Tres días con heridas en la córnea derecha, tres días sin pintarme los ojitos. Pérdida absoluta de identidad".
16. Además, en virtud del *cosplay*, esa afición por disfrazarse de un personaje de ficción (*costume play*), algunas chicas se caracterizan como las *waifus* inexistentes que enamoran a los chicos.
17. *Vírgenes, esposas, amantes y putas*, 2021.
18. Voy el espejo, en buena medida, ha pasado el relevo a la cámara del móvil.
19. *Las arquitecturas del deseo*, 2007.
20. Zeuxis buscó a las cinco mujeres más bellas de la ciudad de Crotona,y tomó de cada una la parte más agraciada de su cuerpo. Esta anécdota propició posteriormente varios cuadros, como *Zeuxis y las muchachas de Crotona* (1789), de François-André Vincent; *Zeuxis y las cinco elegidas de Crotona* (1885), de Edwin Long; o los grabados de J. Cother Webb *La búsqueda de belleza* (1888) y *Las cinco elegidas* (1890). Todos fascinantes.
21. Si no ves su cara [la de Janet Leigh], soy yo. Mi nuca, mis pies, mis brazos, mi ombligo", declaró Marli Renfro en el documental *78/53, la escena que cambió el cine* (2017).
22. *The New York Times*, 22-04-2021.

23. Https://www.youtube.com/watch?v=Gm-UYJU2k7s
24. *El Mundo*, 21-04-2021.
25. Es justo e interesante completar aquí abajo la cita: "...tal vez me creo fea y por ello mismo eximida del exiguo rol que toda muchacha soltera debe alcanzar antes de jugar un papel en el mundo, un marido, una casa, hijos. Pero a veces, mirándome bien, veo lúcidamente que no soy nada fea y que mi cuerpo, aunque no intachable, es muy bello. Pero yo amo tanto la belleza que cualquier aproximación a ella, en tanto no sea una aproximación perfecta, me enerva. Y que mi rostro sea interesante no me consuela.. (*Diarios*).
26. *Bary Beard: el desnudo en el arte*, 2020.
27. En mi descargo quiero anotar que volví a verla, meses después, y que –-o diré haciendo un esfuerzo, pero sí con plena conciencia de ello–-reanudé nuestras conversaciones habituales.
28. La consideración de Olga no parece desacertada. En 2012, la serie argentina *"l hombre de tu vida"*incluía un monólogo en su capítulo 9 en el que se afirmaba: "El símbolo del siglo XXI es el culo. Todo el mundo quiere comprar, vender, agarrar, tomar, forjar un culo. Si vos querés vender un jean, pones un culo. Querés vender un auto, pones un culo. A nadie le importa el motor, la cilindrada… (…) En el siglo XXI el culo vende…" En la misma dirección apunta el artículo de Rita Abundancia "Cambio de tornas: el trasero amenaza con desterrar al pecho como símbolo sexual" (*El País*, 31 de julio de 2022).
29. Octubre de 2022.
30. 1 de mayo de 2021.
31. "Thirst trap", en inglés.
32. "Slay the day", en inglés.
33. Algunas parejas que se conocen por Tinder llevan a cabo la eliminación de sus perfiles simultáneamente, uno delante del otro, con los móviles en la mano.
34. Https://www.youtube.com/watch?v=4mKYU3vWzbs
35. Dentro del volumen *La palabra bonita*, 2022.
36. Dentro del volumen *La historia de tu vida*, 1998.
37. Gordan B. Peterson tiene una afirmación similar: "Cualquier chico de doce años puede hoy ver más mujeres guapas desnudas en quince minutos que el rey más rico de la historia en toda su vida".

Este libro fue impreso el 4 de agosto de 2023. Tal día como ese de 1962, es encontrado en su casa de Los Ángeles (EEUU) el cuerpo sin vida de Norma Jean, conocida como Marilyn Monroe, tenía 36 años. La policía determinó que la actriz se había suicidado con barbitúricos, aunque las sospechas de un asesinato no fueron nunca descartadas.

Famosa por interpretar papeles cómicos de "Rubia Explosiva", fue considerada un símbolo sexual en la década de los '50,. Comenzó su carrera como modelo "pjn-up" y llegó a posar desnuda, lo que entorpeció su carrera como actriz. Pasó su infancia en orfanatos y casas de acogida. Su último matrimonio, con el dramaturgo e intelectual Arthur Miller agravó sus tendencias depresivas. Fue amante del Presidente de los Estados Unidos, John Kennedy, y de su hermano, el senador Robert Kennedy. Ambos muriieron asesinados.

Su imagen, millones de veces reproducida en todo tipo de soportes, se convirtió en un icono de la cultura pop.

Nos gusta recibir las opiniones de nuestros lectores sobre este y otros títulos de Círculo de Tiza.
Visítanos y mira nuestro catálogo en:

www.circulodetiza.com

y síguenos en:

/circulodetiza
@CirculoDeTizaEs
@circulodetizaeditorial